

Отримано: 9 лютого 2019 р.

Прорецензовано: 25 лютого 2019 р.

Прийнято до друку: 1 березня 2019 р.

e-mail: irinamir2529@gmail.com

DOI: 10.25264/2519-2558-2019-5(73)-46-49

Мірошніченко І. Г. Стилий текст у мас-медійному дискурсі україномовного сегменту Інтернет-мережі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог: Вид-во НаУОА, 2019. Вип. 5(73), березень. С. 46–49.

УДК 811.161.2'42

Мірошніченко Ірина Григорівна,
здобувач, Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

СТИСЛИЙ ТЕКСТ У МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ УКРАЇНОМОВНОГО СЕГМЕНТУ ІНТЕРНЕТ-МЕРЕЖІ

У статті досліджуються лінгвістичні характеристики стислих медіатекстів україномовного сегменту Інтернет-мережі: жанрова репрезентація, прагматична атрактивність для читачів, специфічні засоби конденсації інформації та скорочення кількісного обсягу. Дослідження виявило в стислих мережевих текстах як загальноживані засоби стиснення (синтаксичні, граматичні, лексичні, семантичні, стилістичні, графічні), так і специфічні, властиві електронним засобам поширення інформації: гіпертекстуальність, розчленованість тексту, мультимодальність, інтерактивність.

Ключові слова: медіатекст, стислий текст, засоби стиснення тексту, гіпертекстуальність, розчленований дискурс, мультимодальність, інтерактивність.

Iryna Miroshnychenko,
Applicant, Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazarian

COMPRESSED TEXT IN MASS MEDIA DISCOURSE OF UKRAINIAN LANGUAGE SEGMENT OF THE INTERNET NETWORK

At present the pragmatic-communicative paradigm of modern linguistics is aiming at studying the problem of laconic presentation of information in mass media and, as its consequence, the popularity of the compressed texts. These texts give an opportunity to a producer to condense the informative structure of the text to shorter volume. The means of language economy help to shorten not only the volume of the text without the loss of information, but also the time necessary for reading it that is attractive for information consumers.

Article deals with linguistic descriptions of the compressed media texts of Ukrainian language segment of the Internet network. It has been investigated genre range, pragmatic attractiveness for readers, specific means of information condensation and reduction of quantitative volume in these texts. In accordance with our research, most of genres in the Internet can be compressed: traditional media genres (brief article, infographic, comment, digest, title, weather forecast, press review, announcement and others), and the Internet genres that have been recently formed such as meme, tweet, pin, hashtag, Instagram message, status.

From the results it is concluded that the Internet compressed texts use the common language economy means (syntactic, grammatical, lexical, semantic, stylistic, graphic ones) and specific ones that are peculiar to digital mass media: hypertextuality, multimodality, interactivity, "split text".

The problems of the compressed Internet texts have not studied in detail yet and need different strategies to be investigated.

Key words: media text, compressed text, means of language economy, hypertextuality, multimodality, interactivity, "split text".

Постановка проблеми. Останні десятиріччя розвитку засобів масової інформації передусім позначені посиленням ролі мережі Інтернет. Все більше користувачів полишають газети і навіть телебачення як джерело новинної інформації на користь Інтернет-повідомлень, а продуценти інформаційного континууму, прагнучи задовольнити запити споживачів та отримати більшу вигоду, зосереджуються на тому, щоб бути якомога ширше представленими в Інтернет-мережі.

Україномовний сегмент всесвітньої мережі Інтернет динамічно розвивається, напрацьовуючи власний технологічний та комунікаційний досвід, а українська мова в мережі набуває певних нових рис, які вимагають уваги вчених. Прагматично-комунікативна парадигма сучасної лінгвістики спрямована на вивчення цих змін, серед яких вчені називають проблему лаконічного представлення інформації та, як її наслідок, – поширення стислих текстів, що дають змогу конденсувати інформаційну структуру тексту в коротші за обсягом повідомлення [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Природно, що україномовний сегмент Всесвітньої мережі привертає увагу все більшої кількості дослідників, зокрема філологів. Вітчизняні лінгвісти досліджували особливості Інтернет-дискурсу (Я. Л. Вжеш, Н. О. Гудзь, Н. М. Рудніченко), власне мову та лінгвістичні аспекти Інтернет-комунікації (С. В. Зайцева, І. Б. Карпа, Г. Кашуба, О. І. Луценко, М. В. Чабаненко, С. Г. Чемеркін), функції інтернет-ЗМІ (Л. П. Федорчук, Б. В. Потятиник), типологію мережевих видань (Л. М. Городенко, О. О. Коцарев), особливості певних Інтернет-жанрів (О. М. Колісник, Ю. В. Макаренко, С. А. Матвеева), архітектонічні особливості офіційних Інтернет-видань (Н. М. Блинова). Проблеми мовної економії та стислих текстів були проаналізовані та узагальнені в працях таких учених, як І. В. Арнольд, В. Х. Багдасарян, Ю. С. Бернадська, Д. І. Блюменау, Р. О. Будагов, Н. С. Валгіна, В. Г. Гак, Н. О. Гетьман, Б. П. Дюндик, Є. О. Єсперсен, Н. Г. Калашник, А. Мартіне, Л. М. Мурзін, С. М. Ординська, О. І. Панченко та інші. Незважаючи на значну кількість досліджень, стислий текст мережі Інтернет як новітнє лінгвістичне явище ще не отримав належного висвітлення в науковій практиці.

Мета дослідження. У нашій розвідці ми поставили собі за мету дослідити низку особливостей стислих текстів українських мас-медіа в мережі Інтернет, зосередивши увагу на таких актуальних завданнях, як: 1) прагматична доцільність таких текстів у електронних виданнях; 2) жанрова репрезентація їх в україномовній мережі Інтернет; 3) специфічні засоби стиснення досліджуваних медіатекстів.

Виклад основного матеріалу дослідження. За нашими спостереженнями, стислий текст посідає помітне місце в мас-медійному сегменті українського Інтернету. Досліджуючи жанри україномовних стислих текстів у Всесвітній мережі, ми

прийшли до висновку, що вони зазнали трансформацій, спричинених тенденціями, які властиві цифровим медіа: прагматизації, глобалізації інформаційного простору, соціальним, культурним та ментальним змінам. Стислість стала актуальною рисою мережевих медіатекстів завдяки своїм беззаперечним перевагам: вона допомагає скоротити обсяг тексту без втрати інформаційного наповнення, робить тексти атрактивними, скорочує час для їх прочитання споживачами. Відповідно до нашого дослідження, більшість Інтернет-жанрів може зазнавати стиснення: крім традиційних медіажанрів (коротка замітка, інфографіка, коментар, дайджест, заголовок, огляд преси, прогноз, оголошення тощо), до стислих Інтернет-текстів (далі – СІТ) належать недавно сформовані власне Інтернет-жанри, такі як мем, твіт, пін, хештег, Інстаграм-повідомлення, статус та інші.

Проаналізувавши СІТ нашої вибірки, ми прийшли до висновку, що під час їх побудови задіюють практично всі засоби створення стислого тексту, поширені в друкованих українських ЗМІ: синтаксичні (використання еліптичних, неповних, односкладних, парцельованих, безсполучникових речень), граматичні (вживання певних частин мови, заміщень), лексичні (універбати, аббревіатури, усічені слова, телескопізми, іншомовні слова, фразеологізми, кальки, просторіччя), семантичні (скорочення інформаційної структури повідомлення, імпліцитна інформація, пресупозиції, імплікатури дискурсу, початкові передбачення питання), стилістичні (стилістичні фігури та тропи), графічні (графічні скорочення, різні види шрифту та графічних символів). Наприклад, у тексті короткої Інтернет-замітки *«Уже половина медзакладів первинки перейшли на нове фінансування – МОЗ. 50% медзакладів України, де послуги надають сімейні лікарі, педіатри та терапевти, вже перейшли на нове фінансування. Таким чином, на сьогодні 623 медичних заклади вже працюють з Нацслужбою здоров'я»* (lifepravda.com.ua, 16.08.2018) задіяно такі широко використовувані засоби стиснення тексту, як різні види скорочень (МОЗ, медзаклад, Нацслужба, первинка), використання цифр замість числівників, однорідні члени речення, нетрадиційне використання знаків пунктуації, зокрема тире, тощо. Ми вже з'ясували роль цих засобів скорочення кількісного складу тексту та його інформаційної насиченості в попередніх публікаціях [3, 4]. Утім, є кілька засобів стиснення, типових саме для стислих Інтернет-текстів; їх значущість ми проаналізуємо нижче.

Одним із унікальних засобів стиснення структури тексту в мережі Інтернет є **гіпертекстуальність**. Використання гіперпосилань слугує потужним засобом скорочення обсягу тексту, оскільки уможливує пропуск будь-якого елемента інформації, який у разі потреби буде знайдений у мережі, як наприклад, в уривку з СІТ нашої вибірки: *«Як повідомлялося, в Україні більше незаконних мігрантів – майже 1,5 тисячі за тижень. З 26 липня поліція, прикордонники і Міграційна служба розпочали по всій Україні спецоперацію «Мігрант», метою якої є припинення злочинної діяльності іноземців»* (pravda.com.ua, 15.08.2018). Перше гіперпосилання (вони підкреслені ризикою) *«в Україні більше незаконних мігрантів»* додає таку інформацію: *«За перші шість місяців 2018 року прикордонники затримали 1432 незаконних мігрантів. Про це повідомляє Державна прикордонна служба»* (pravda.com.ua, 01.08.2018). Друге гіперпосилання *«розпочали по всій Україні спецоперацію «Мігрант»* веде до нового інформаційного блоку: *«Поліція, прикордонники і Міграційна служба розпочинають з 26 липня по всій Україні спецоперацію «Мігрант», метою якої є припинення злочинної діяльності іноземців. Про це повідомляє прес-служба Національної поліції. За її даними, превентивні заходи триватимуть до кінця літа»* (pravda.com.ua, 24.07.2018). Як бачимо, зміст наведеного СІТ поширений за допомогою посилань на інші три тексти, які значно розширюють його інформаційну структуру, коли читач здійснює переходи. При цьому сам СІТ містить необхідний обсяг інформації, а читач має вибір: розширювати наведені дані чи ні. Завдяки гіперпосиланням утворюється так званий гіпертекст, частиною якого є СІТ. Як зазначає О. О. Селіванова, гіпертекст є «системою представлення текстової і мультимедійної інформації у вигляді мережі пов'язаних між собою текстових файлів чи файлів інших типів, що застосовує нелінійний, асоціативно-фрагментарний і сітковий принципи репрезентації інформації» [9, с. 85].

Ключову роль відіграють посилання у СІТ, розміщених у соціальних мережах. Кожна мережа (наприклад, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest) висуває власні правила текстотворення для своїх користувачів, що продиктовані метою функціонування комунікативного середовища та інструментами, якими вона володіє. Так, наприклад, у Twitter існує обмеження кількісного складу тексту до 140 знаків. Незважаючи на певні відмінності в складанні текстів для різних соціальних мереж, СІТ мас-медійного дискурсу в Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest часто мають одну й ту ж мету: вони повинні зацікавити користувача та захопити його до переходу на сайт видання для ознайомлення з повним текстом або відео. Гіперпосилання в таких випадках вводиться розміщенням адресного рядка або такими фразами, як *Більше читайте тут, Детальніше, Дивись тут, Далі, Читати далі, Читайте також, Дивіться у відео* тощо. Роль гіперпосилання може також виконувати візуальна частина СІТ, клікаючи на яку, читач перейде на сайт чи іншу веб-сторінку.

Інший різновид гіперпосилань, який сам виступає у ролі одного із найкоротших за обсягом СІТ, – хештег (гештег). Цей новітній жанр отримав свою назву від знака # (анг. *hashtag* – решітка). Виникнувши в соціальній мережі Twitter, він поступово розширив сфери свого вживання в загальному просторі Інтернет. Дискурсивне завдання хештегів – позначення теми повідомлення, визначення основної думки повідомлення в ключових словах, тематичне групування інформації, забезпечення швидкого пошуку за вказаними темами [2, с. 91]. Відповідно до нашого аналізу, СІТ хештег належить до форсовано стислих текстів і володіє низкою відповідних характерних особливостей: 1) має урізану інформаційну структуру; 2) максимально короткий за обсягом; 3) будується з порушення норм літературної мови; 4) укладається з використанням засобів стиснення тексту та конденсації інформації.

Хештег не лише визначає зміст повідомлення, але й направляє читача на інші джерела в світовій мережі, пов'язані з його тематикою. Наприклад, у повідомленні в соцмережі Facebook на сторінці «телеканал СТБ» від 28.11.2018 хештеги *#СТБ* та *#Кріпосна* переведуть реципієнта на сторінки, присвячені каналу СТБ та серіалу «Кріпосна», який наразі знімається: *«Вже навесні ви закохаетесь в нову костюмовану драму на Телеканалі #СТБ Творці вражаючої драми #Кріпосна намагалися передати дух суспільства тих часів, не забувши про дворянські інтриги. Безсумнівно, всіх здивують повороти подій у серіалі. До останнього ніхто не буде впевнений: хто друг, а хто ворог»* (Facebook, сторінка «телеканал СТБ», 28.11.2018, збережено оригінальний виклад). За нашими спостереженнями, хештег може виступати як окремий СІТ, а може бути задіяним у іншому тексті.

Значущою з точки зору структури виступає така риса, як **розчленованість стислого Інтернет-тексту**. Використовуючи термін Л. П. Столярової та Н. В. Рождественської «розчленований дискурс» [7], ми уналежнюємо певні Інтернет-повідомлення саме до цього виду текстів. Особливістю подачі новин в «павутині» є їх «покроковий характер». Першим кроком є атрактивний заголовок, що вводиться в більшої випадків словами типу «*Він здивував усіх!*» «*Терміново!*» «*Сенсація!*» тощо. Наступним кроком є початок тексту, який може перериватися посередині речення. Далі можливі різні розширення текстів: 1) перехід вперед на кілька кроків за допомогою представленого списку; 2) повернення назад; 3) послідовне продовження (оптимальний варіант); 4) рух по колу та інші варіанти. Негативною особливістю розчленованих текстів є те, що часто очікування користувача є обдуреними, тому що наступні кроки не надають інформації, обіцяної в перших кроках [6]. Проілюструємо це спостереження таким яскравим прикладом: «*Жінка помітила, що посеред дороги сидить дитина. Під'їхавши ближче, вона дала по газам!*» (ukrmedia.com, 15.08.2018, збережено оригінальний виклад). Із цього стисло повідомлення можна уявити, що жінка вирішила наїхати на дитину, але це не так. Після переходу на наступну сторінку, читаємо таке: «*Жінка з Північної Кароліни їхала вночі по безлюдній дорозі, коли побачила дитину, що сидить на дорозі. Це було жахливо! Підкоряючись природному бажанню допомогти, жінка-водій зупинила свою машину, інформує Ukr.Media. Але відразу після того, як вона зупинилася, до автомобіля кинулися дві фігури в темному одязі, маючи намір відкрити двері. Дитина на дорозі виявилася всього лише лялькою, з допомогою якої шахраї грабували добросердих автомобілістів*» (ukrmedia.com, 15.08.2018). Як бачимо, СІТ містить інформацію, протилежну заголовкові за змістом, а заголовок увів реципієнта в оману.

Ще в одному прикладі стислий характер тексту передусім виявляється на семантичному рівні, коли слово «це» є семантично невизначеним: «*У Парижі чоловіків змусили робити це просто на вулиці заради порятунку природи*». Семантично недостатній заголовок розгортається в ліді в такий спосіб: «*Нові екологічні, але нічим не приховані від поглядів перехожих пісуари з'явилися на вулицях Парижа, викликавши обурення місцевих жителів*» (znaj.ua, 16.08.2018). Такий прийом часто використовують у заголовках, надаючи їм певної таємничості та розпалюючи інтерес реципієнта інформації, як наприклад, у цьому заголовку: «*Вся Україна аплодує стоячи! Сьогодні Трамп заявив на весь світ «Я не дозволю Путіну «ЦЕ» зробити!*» (Facebook, сторінка «BBCcNN-новини України сьогодні», 01.12.2018). Лише прочитавши весь текст, на який читач перейде за посиланням, він зрозуміє, що мається на увазі під словом «ЦЕ», – бажання В. Путіна підпорядкувати Україну. Тобто, за допомогою слова з прихованою семантикою «це» скорочується обсяг заголовка, підвищується інтрига та відбувається маніпулювання споживачем замість інформування його.

Розчленованість дискурсу яскраво виявляє себе в соціальних мережах. За приклад можемо навести подачу інформації в Pinterest – соцмережі, яка дозволяє користувачам поміщати інформаційні повідомлення у вигляді піна (анг. *pin* – кнопка) – зображення з текстом, що відповідає певній тематиці, – за термінологією Pinterest, на «дошці», до якої він віртуально прикріплюється. Ця мережа слугує платформою для поширення інформації багатьом українським ЗМІ (таким, як «Голос України», «День», «Gazeta.ua», «Укрінформ», «Українське право», «Свіжі новини», «Високий замок» тощо). Пін представляє собою зображення, що супроводжується СІТ, завдання якого – розтлумачити тему повідомлення в кількох словах або фразах. Клікаючи на пін, користувач переходить на сайт, де розміщене оригінальне повідомлення. Розчленованість дискурсу виявляє себе в покроковій подачі інформації: спочатку користувач бачить на дошці, наприклад, такий пін із розірваним реченням: «*У Скадовську проходить Чемпіонат України з...*». Клікаючи на ньому, він переходить на ширший формат піна, який представляє СІТ: «*У Скадовську проходить Чемпіонат України з гирьового спорту ФГСП та Чемпіонат України з жонглювання гирями*» Скадовські новини та дає змогу користувачеві за допомогою управління інтерфейсом або перейти на сайт із повним текстом (у нашому випадку це сайт skadnews.in.ua з заміткою від 02.12.2018), або здійснити певні маніпулювання: поділитися з іншими інформацією, додати коментар або власне фото.

Інформаційні технології сприяли ширшому втіленню **мультимодальності в СІТ** порівняно з друкованими ЗМІ. Зображення, звучання і слово в мультимодальному тексті не протиставлені, але й не ідентичні одне одному. Між вербальною та образотворчою частинами встановлюються різні кореляції. У зв'язку з цим О. С. Анісімова говорить про відношення взаємодоповнення і взаємозалежності: «У першому випадку зображення зрозуміле без слів і може існувати самостійно. Вербальний коментар описує зображення, дублюючи його інформацію. У другому випадку зображення залежить від вербального коментаря, який визначає його інтерпретацію. Без коментаря значення зображення неясне і може бути неправдиво представлене» [1, с. 12].

Відповідно до нашого дослідження, найпоширенішими засобами мультимодальності в СІТ є використання фото, малюнків, інфографіки, відео та звукових записів. Сучасний мас-медійний читач прагне швидше сприйняти інформацію і не любить довгих текстів.

За нашими спостереженнями, в Інтернет-дискурсі тексти ЗМІ набувають властивостей, які зумовлені каналом передачі та новітніми технологіями. Перенесення медіатексту в мережевий простір автоматично включає його в процес комунікації між автором та користувачем (коментарі читачів), у результаті чого поруч із текстом формуються комунікативні підпростори, тобто інтернет-текст є **інтерактивним**. Саме в інтерактивності полягає передусім унікальність Інтернету: фактично кожен користувач глобальної мережі в будь-якій точці земної кулі може стати учасником опосередкованого комп'ютером або мобільним телефоном Інтернет-дискурсу (виняток – веб-сторінки і сайти з обмеженим доступом) [8, с. 9]. На нашу думку, простір Інтернет став тим середовищем, де перетинаються офіційне й неофіційне, загальне й особистісне. Офіційні сайти та сторінки ЗМІ в соцмережах, наповнення яких здійснюють спеціальні юридично зареєстровані організації, включають для читачів сервіс коментування: висловлювання власного бачення висвітлюваних проблем, доповнення інформації своїми спостереженнями та фактами. Дописи читачів стають предметом подальших дискусій, тобто, виступають у ролі особистих меседжів для широкого загалу.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок. Як засвідчило наше дослідження, мас-медійний стислий текст українськомовного сегменту Інтернету володіє низкою властивостей, спільних для всіх видів таких текстів, але можливості інформаційних технологій додали йому певних специфічних рис: гіпертекстуальності, розчленованості, мультимодальності, інтерактивності. Основною причиною поширення СІТ у мережі є їхня прагматична привабливість, ви-

ражена коротким обсягом та високої щільності конденсацією інформації. Безумовно, СІТ являє собою мало вивчену проблему, подальше дослідження якої може проводитися в різних напрямках: соціолінгвістичному, лексичному, морфологічному, синтаксичному, психологічному тощо.

Література:

1. Анисимова Е. Е. Креолизованные тексты XXI века. Взаимодействие вербального и паралингвистического в тексте. Воронеж : Центр.-Чернозем. кн. изд-во, 1999. 148 с.
2. Кан Е. В. Хештеги как новое лингвистическое явление. *Филологический аспект: междунар. науч.-практ. журнал*. 2017. № 1. С. 90–98.
3. Мірошніченко І. Г. Лексико-граматичні засоби створення стислого тексту (на матеріалі українських мас-медіа). *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. Випуск 128. Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2014. С. 251–255.
4. Мірошніченко І. Г. Синтаксичні засоби створення стислого тексту (на матеріалі українських мас-медіа). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2015. Вип. 55. 302 с.
5. Панченко Е. И. Объем текста как показатель его сжатости. *Вісник Дніпропетровського університету економіки та права імені Альфреда Нобеля. Серія «ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ»*. 2011. № 1 (1). С. 153–157.
6. Панченко Е. И. Сжатый текст: новейшие лингвистические и экстралингвистические изменения. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика»*. 2009. Том 10. С. 266–269.
7. Рождественская Н. В. Синтаксическая организация русскоязычных общественно-политических теленовостей (расчленённый дискурс): дис... канд. филол. наук: 10.02.02 «Русский язык»; Днепропетровский гос. университет. Днепропетровск, 2002. 169 с.
8. Рудніченко Н. М. Дискурс електронних засобів масової комунікації в інформаційному суспільстві [Текст]: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.15 «Загальне мовознавство»; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 20 с.
9. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2010. 844 с.