

https://doi.org/10.31516/2410-5325.070.05

УДК 007.304.659.3

**М. В. Лисинюк**, доктор філософії (культурологія), Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ

marina\_lysnyuk@ukr.net

http://orcid.org/0000-0002-0870-2176

## **МОВА ІНТЕРНЕТ-ЗМІ: ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ<sup>1</sup>**

З'ясовано особливості мови інтернет-ЗМІ на основі застосування неструктурованого систематичного спостереження та описової методики. Наголошено, що, зважаючи на активний вплив мови інтернет-ЗМІ на формування культури мовлення українців, необхідне запровадження контролю за якістю інтернет-публіцистики. Акцентовано, щоб Інтернет став більш «грамотним», ініціативу мають проявити саме інтернет-ЗМІ, прагнучи у своїх текстах відповідності мовним нормам. Водночас відзначено, що нині онлайн-журналістика вже намагається вийти на новий професійний рівень. Аргументовано: притаманні Інтернету особливості (мультимедійність, інтерактивність, гіпертекстуальність тощо) надають змоги модернізувати колишню жанрову палітру публіцистики, зробити її ефективнішою (стосовно особливостей використання аудиторією інформації в мережі).

**Ключові слова:** *Інтернет, інтернет-ЗМІ, мова інтернет-ЗМІ, мовні норми.*

**M. V. Lysnyuk**, Ph.D (culturology), Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

## **THE LANGUAGE OF INTERNET MEDIA: LINGUOCULTURAL ASPECT**

**The purpose of the article** is to highlight the specific features of the language of Internet media.

**Research methodology.** The analysis of the language of Internet publications has led to the use of general scientific methods, in particular, unstructured systematic observation, a descriptive technique used to specify the features in the language and style of online media.

**Results.** Considering the active influence of the language of the Internet media on the formation of the culture of the Ukrainian language, it is necessary to introduce control over the quality of Internet journalism. To become the Internet more "literate", the first step must be taken by the Internet media. The texts should be complied with the language norms. Nowadays online journalism is already trying to reach a new professional level. Opportunities inherent in the Internet (multimedia, interactivity, hypertextuality, etc.) allow us to modernize the old genre palette of journalism, to make it more effective (in relation to the features of the audience's use of information on the web).

**Scientific novelty** lies in clarifying linguistic trends in the Internet media, explaining the reasons for language shifts.

**The practical significance** of the study is that the presented results can be used in further scientific and educational work, for example, in the development

<sup>1</sup> This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

of lectures on the courses “New communication technologies and media”, “Typology of Internet media”, in the preparation of educational literature.

**Keywords:** *Internet, internet-media, speech of internet-media, language norms.*

**Постановка проблеми.** Стилiстичнi ресурси сучасної української лiтературної мови формуються пiд впливом її функцiонування в рiзних сферах i їх взаємодiї. Мовнi змiни вiдображаються на всiх рiвнях мовної структури i набувають втiлення у сформованих прийомах використання стилiстичних одиниць. Бiльшiсть словесних нововведень, перш нiж отримати загальне поширення, виникають й апробуються саме в мовi ЗМi. Слiд вiдзначити, що найбiльша кiлькiсть цих мовних нововведень нинi виникає в iнтернет-журнальстiцi, особливо в публiцистичних жанрах, якi, утiм, завжди були гнучкiшими, чутливiшими до рiзного новаторства i найбiльше схильнi до змiн на лiнгвiстичному та стилiстичному рiвнях. Важливiсть вивчення змiн, що вiдбуваються в мовi, безперечно, оскiльки активна взаємодiя публiцистики зi сферою культури i безпосередньо з iнтернетом потребує поглиблення й розширення сучасного уявлення про публiцистичну мову. Тому найтипiвiшi особливостi мови мережевої публiцистики заслуговують на особливу увагу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На сучасному етапі розвитку українського суспільства феномен мови досліджується в працях багатьох учених, зокрема П. Кононенка та Т. Кононенка («Українознавство ХХІ століття: стан, проблеми, перспективи розвитку як системи інтегративних знань», 2013), С. Єрмоленко («Нариси з української словесності (стилістика та культура мови)», 1999) та ін. Однак специфіка предмета дослідження потребує міждисциплінарного підходу, який є не лише обов'язковою умовою, а й показником актуальності лінгвокультурологічних досліджень. Невипадково соціолінгвістика, психолінгвістика, нейролінгвістика вже здобула дисциплінарний статус, крім того, виникає безліч нових креолізованих (що виникли в результаті взаємодії двох компонентів) дослідницьких напрямів: лінгвофольклористика (Т. Беценко («Лінгвокультурологічний аналіз художнього тексту в сучасному науково-освітньому філологічному вимірі», 2017) та ін.), міфолінгвістика (С. Агранович («Гармонія — мета — гармонія», 1997) та ін.), етнолінгвістика (О. Потебня («Думка і мова», 1993) та ін.), етноконфліктологія (Ю. Сорокін («Етнічна конфліктологія», 1994)). Водночас виникає нагальна потреба вивчення проблематики мови ЗМІ як вiддзеркалення поточних процесiв у суспiльствi. Таке формування проблеми невинадкове, адже сучаснi ЗМi, зважаючи на їхню суспiльну значущiсть, масовiсть i доступнiсть, iстотно впливають на духовнi процеси, формують цiннiснi настанови й, зрештою, змiнюють аксиологiчну картину соціуму.

Різні аспекти функціонування ЗМІ в суспільстві розглядаються в численних наукових розвідках. Так, мас-медійний дискурс є предметом ґрунтовних досліджень українських мовознавців: Н. Бабич («Практична стилістика і культура української мови», 2003), О. Білянської («Мовна агресія як антипод культури мовлення», 2003), О. Мітчук («Нова суспільно-політична лексика сучасних ЗМІ», 2003), О. Пономаріва («Українське слово для всіх і для кожного», 2013), О. Сербенської («Ефірне мовлення у взаєминах з усною мовою», 2002), О. Стишова («Українська лексика кінця ХХ століття», 2005) та ін. Питання культури теле- та радіоефіру розглянуто в праці мовознавчині І. Залінської («Комунікативні ознаки української мови в прямому радіо та телеефірі», 2012); мовну культуру та помилки досліджували Х. Білограць та А. Нечипір («Мовностилістичні помилки ведучих українських телеканалів», 2019), Ю. Єлісовенко («Культура і техніка мовлення в телерадіожурналістиці», 2001), О. Штурнак («Порушення мовних норм на українських телеканалах (УТ-1, 1+1, ІНТЕР)», 2003); культуру фахової мови журналіста — М. Яцимиська («Культура фахової мови журналіста», 2004); стилістичні особливості україномовного контенту блогів мережі Інтернет — С. Зайцева («Реалізація комунікативної функції мови в інтернет-блозі», 2012) та ін. Комп'ютерна лексика, її структура та розвиток є об'єктом вивчення в дисертації О. Кармизової («Комп'ютерна лексика: структура і розвиток», 2003); комп'ютерний сленг на прикладі українських реалій проаналізовано в наукових розвідках С. Федушко («Український комп'ютерний сленг», 2010) та І. Щур («Особливості українського комп'ютерного жаргону», 2001). Усі ці питання і процеси потребують наукового осмислення з точки зору культурології як нового напрямку в суспільно-науковому знанні. Зокрема нагальна необхідність з'ясування особливостей мови інтернет-ЗМІ, зважаючи на їхній вплив не лише на мову, а й культуру суспільства загалом.

Отже, **мета статті** — з'ясування особливостей мови інтернет-ЗМІ.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Насамперед слід відзначити, що мета публіцистики — впливати на суспільство, привернути увагу людей до певного факту, домогтися від них реакції. У публіцистиці завжди мають бути чітко виражена авторська позиція і відсутня художня вигадка. Інакше кажучи, публіцистикою доцільно називати тексти, що відзначаються не лише високою соціальною значущістю, а й психологічною близькістю для аудиторії і наявністю особистої думки публіциста. Завдяки поширенню інформаційно-комунікаційних технологій публіцистам, журналістам доступний широкий набір каналів: від традиційних: преса, телебачення, радіо, до нових: блоги на майданчику власної редакції або іншого ЗМІ, персональні блоги на незалежних майданчиках, особистий сайт, соціальні мережі, Твіттер тощо. Водночас

міра свободи для висловлювань журналіста в кожному окремому випадку різниться, але загалом вона, зрозуміло, вища в загальнодоступній блогосфері, а не на редакційних майданчиках. Однак, попри незаперечні переваги інтернет-комунікації, безсумнівною особливістю мережевих текстів є знижена грамотність мови. Причина цієї ситуації полягає не лише в рівні професійної культури журналістів, переконаних, що в основній своїй масі молода аудиторія мережі не зважатиме на правила, а й у тому, що доволі часто інтернет-видання, зазвичай інформаційно-розважальні, пропонують читачам самим взяти участь у їх створенні, написавши свою статтю. Як наслідок — збідніння мовної культури, безкарне використання в публічних промовах лайливої, нецензурної, повсякденної лексики тощо і, у результаті, загальне зниження мовної культури. Однак від рівня використання нормованої, літературної мови в певному суспільстві багато в чому залежить формування культурних цінностей і поведінкових тактик наступних поколінь носіїв мови. Тому так важливо не нехтувати мовними нормами, особливо журналістам, професія яких потребує дотримання норм мови, а зважати на закони логіки і особливості стилю під час побудови фраз, прагнути виразності та емоційної насиченості, використовуючи багатство мови, особливо коли йдеться про інтернет-ЗМІ — найпоширенішу форму сучасної комунікації.

Інтернет-ЗМІ, поряд з родовими ознаками, характерними для всіх засобів масової інформації, володіють певними, лише їм притаманними, особливостями, що вирізняють їх з усієї медіасистеми: 1) гіпертекстуальність, яка надає унікальні можливості виробникам та споживачам медіапродукту: першим — підвищити якість інформації за допомогою її повноти і достовірності, другим — читати текст не лише лінійно, як на папері, а й переглядати його глибше, скориставшись альтернативними джерелами, самостійно брати участь в інтерпретації фактів; 2) мультимедійність, тобто можливість передання повідомлень у різних знакових системах: вербальній, графічній, звуковій, фото, відео, анімаційній (хоча поки використання мультимедіа має серйозні обмеження через низьку пропускну спроможність каналів); 3) інтерактивність — можливість багатостороннього інформаційного обміну зі споживачами, як з окремими їх представниками, так і з аудиторією загалом. Попри те, що редакції інтернет-ЗМІ й досі подекуди використовують поштовий формат спілкування зі своїми читачами, спостерігається чітка тенденція до багатосторонньої комунікації — між редакцією і читачами, а також між окремими споживачами інформації. Наступним кроком на шляху осягнення можливостей інтерактивності стане індивідуальна адаптація контенту і дизайну під смаки споживача.

Мережа Інтернет, як нова сфера побутування мови, суттєво впливає на мову публіцистики загалом, особливо на мову мережевої публіцистики, що функціонує безпосередньо в інтернет-середовищі. Як основні передумови трансформації сучасної публіцистичної мови в інтернет-середовищі можна виокремити зовнішні (соціальні) і внутрішні (лінгвістичні) причини. Серед зовнішніх — легкість публікації матеріалу (наразі створити власний сайт і публікувати на ньому матеріали соціально значущої спрямованості технічно нескладно, тому це призводить до значного розширення авторського складу мережевої публіцистики в результаті одержання непрофесійних журналістів, літераторів-аматорів та інших користувачів мережі). Унаслідок такого масштабного «входження» нових авторів у масив сучасної мережевої публіцистики спостерігається: недотримання літературних норм (наявність у публіцистичних матеріалах ненормативної лексики, численних орфографічних і пунктуаційних помилок, порушення правил сполучуваності слів, порушень стилю тощо); посилення експресивності мови, що виражається в проникненні в мову сучасної публіцистики жаргонізмів, просторічних слів тощо; завдяки розширенню комунікаційних можливостей у мережевій публіцистиці спостерігається тенденція до посилення діалогічності й інтерактивності, зокрема і у зв'язку з публікацією коментарів до авторських матеріалів (у цьому разі важливо враховувати, що геть не всі коментарі можна віднести до публіцистичних жанрів і взагалі розглядати їх як органічну складову публіцистичного матеріалу або як його продовження, додавання, уточнення тощо); розширюється жанрова структура публіцистики в результаті появи різноманітних синтетичних (змішаних) форм, які іноді складно чітко класифікувати.

Іншою зовнішньою причиною трансформації публіцистичної мови в Інтернеті є відсутність редактури (професійної обробки тексту — вичитування, коректури тощо), водночас у мережевих публікаціях помилки трапляються набагато частіше навіть у професійних журналістів. Основні причини цього масштабного явища — поспіх, незручність вичитування тексту з екрана і звичка звертати увагу лише на слова, підкреслені текстовим редактором.

До внутрішніх причин трансформації публіцистичної мови в Інтернеті можна віднести: відображення в лексиці мережевої публіцистики специфічної мови Інтернету (ІТ-фахівців, мережевих літераторів і блогерів), часто навмисно спотвореної; підвищення концентрації англіцизмів, пов'язаних з переважно англомовним походженням інтернет-лексики; економія простору публікації і часу, що витрачається на підготовку матеріалу; посилення інтертекстуальності за допомогою впливу на структуру тексту гіперпосилань; зміна структури публіцистичного тексту, оскільки більшість мережевих авторів враховують психологічні

чинники сприйняття інформації з екрана (передусім чинник поширення так званого переглядового, курсорного читання). Слід також відзначити практику використання невербальних знаків (емотикони) як словозамінників, що позначають широкий спектр емоційного стану автора, підкреслюють його ставлення до висловленого (смайлики, різні конфігурації пунктуаційних знаків — дужок, двокрапки, крапки з комою тощо, а також використання змішаних буквено-знакових сполучень, які можуть замінити смайлики), зважаючи на неможливість передання в Інтернеті емоцій за допомогою невербальних засобів комунікації. І хоча невербальні символи належать не стільки до лінгвістичних особливостей інтернет-текстів, скільки до графічних, проте вони істотно впливають на мову мережевої публіцистики загалом.

Таким чином, у XXI ст. істотно змінилося не лише ставлення до мовних норм, а й самі мовні норми. Особливо виразно це проявляється в мережевій публіцистиці, яка відображає актуальні явища, проблеми сучасного життя суспільства та передусім орієнтована на широку масову аудиторію. Мова публіцистики максимально підлаштовується під розмовну мову, орієнтуючись на найкраще сприйняття публіцистичної творчості різними соціальними групами. Серед основних мовних особливостей інтернет-комунікації, які сьогодні впливають на мову мережевої публіцистики, можна відзначити: упровадження в лексику мережевої публіцистики великої кількості англіцизмів (калькування англійських слів, особливо з мови Інтернету: сайт, блогер, блогосфера, офлайн, он-лайн, подкаст, пост, лінк, офтоп, флуд тощо, а також похідних: блогерський, блогерша, офлайнний, онлайнний, хакнути, пости, флудер та ін.); поява великої кількості скорочень слів, які активно використовуються в інтернет-середовищі, а також похідних: комп, комент, боти (маються на увазі роботи пошукових систем) тощо. Це зумовлено високою швидкістю набору повідомлень — довгі слова скорочуються, і це призводить до їх серйозної деформації. Також слід відзначити: поширення мережових жаргонізмів (*мило* — від англ. «e-mail», бан, забанити та ін.); розширення семантичного значення деяких слів (*контекст* — контекстна реклама, *посилання*); інтенсивне утворення неологізмів (*блогка*), зокрема аббревіатурних і похідних: *імхо* (від англ. “In My Humble Opinion”), *аська* (програма миттєвого обміну повідомленнями ISQ) тощо, а також неологізмів у формі стійких словосполучень: *викласти на сайті* (опублікувати), *перепост матеріалу* (публікація чужого матеріалу в незмінному вигляді) тощо; навмисне злиття окремих словосполучень в одне слово (наприклад, *ржунімагу*); велика кількість еративів (слово або вираз, піддані літературному перекрученню), використання слів з так званих маргінальних мов Інтернету — падонкафської та інших мов (від рос. *падонки*, спотворене від рос. *подонки*, —

жаргон «падонков», що поширився в Інтернеті на початку XXI ст., стиль мови є фонетично адекватним, але з навмисно неправильним написанням слів, частим використанням лайливої лексики і певних штампів, характерних для сленгів; найчастіше використовується під час написання коментарів до текстів у блогах, чатах та інтернет-форумах: *афтар жжот, кріатіф, жєсть* та ін.), а також використання фразео-схем російськомовного інтернет-простору; велика кількість розмовної і просторічної лексики (бєспредєл); використання лайливої лексики, агресивність учасників спілкування (через анонімність і безцензурність інтернет-спілкування, що робить співрозмовників більш вільними у виборі мовних засобів у процесі комунікації).

Можна виокремити й інші характерні особливості, властиві сучасній мові інтернет-спілкування: важливість швидкості набору повідомлень в Інтернеті, що зумовлює велику кількість помилок, відсутність мовного самоконтролю і саморедактури, тяжіння до усного спілкування і, відповідно, недбалість стилю тощо. З цього приводу один з теоретиків комунікації Р. Крейг слушно зазначає: «Величезний відсоток матеріалу розміщується в мережі швидко і без особливої турботи щодо можливості його читати. Це призводить до ряду проблем, найочевидніша з яких та, що це може створити безсловесне середовище, у якому складні думки не оцінені, не винагороджені і не висловлені. Втім, можливо, важливіше те, що таке недбале писання практично просить, щоб його неправильно витлумачили» (Крейг, 2007, с. 167).

Загалом усі так звані «мовні явища» в мережі можна пов'язати з такими основними ситуаціями: появою нових понять, процесів, предметів, що потребують номінації — каузативні; прагненням економії чи надлишковості — утилітарні; орієнтацією на ефект — перлокутивні (Тошович, 2015). Аналіз особливостей функціонування мови в Інтернеті свідчить, що: 1) рівень володіння мовою користувачів Інтернету, культура спілкування в мережі відображають реальну мовну ситуацію в країні; 2) з найпомітніших тенденцій у мові інтернет-публіцистики можна відзначити розширення деяких конотацій, перенасичення мови мережевої публіцистики англійськими словами і похідними неологізмами з ІТ-сфери, еративами і розмовною лексикою; 3) головними чинниками, що впливають на інтернет-комунікацію і які визначають специфіку її мови, є високий темп спілкування, анонімність та відсутність цензури, залежність від технічних засобів.

**Висновки.** У мові інтернет-ЗМІ поступово модифікуються мовні норми та сучасне українське мовлення загалом у результаті поповнення лексичного складу української мови, активної видозміни старих словникових форм, утворення нових слів, а також поширення жаргонізмів, комп'ютерного сленгу тощо. Без них мова може стати мертвою, тому

не слід позбавляти мережеву мову засобів, які надають їй емоційного забарвлення. Проте важливо не переступити ту межу, коли текст стає непристойним, коли відбувається не просто неконтрольоване змішання книжково-письмових та усно-розмовних мовних особливостей, що зумовлює нівелювання мовної культури, а нищення мовних норм. Зважаючи на активний вплив мови інтернет-ЗМІ на формування культури мовлення українців, необхідне запровадження контролю за якістю інтернет-публіцистики. Щоб Інтернет став більш «грамотним», ініціативу мають проявити саме інтернет-ЗМІ, прагнучи у своїх текстах відповідності до мовних норм. Слід відзначити, нині онлайн-журналістика вже намагається вийти на новий професійний рівень. Можливості, притаманні Інтернету (мультимедійність, інтерактивність, гіпертекстуальність та ін.), надають змоги модернізувати колишню жанрову палітру публіцистики, зробити її ефективнішою (стосовно особливостей використання аудиторією інформації в мережі). У результаті формується оригінальний, так би мовити, жанровий профіль мережевої публіцистики. Вивчення цього жанру, безумовно, сприятиме збереженню і розвитку публіцистичного доробку України.

#### Список посилань

- Єлісовенко, Ю. П. (2001). *Культура і техніка мовлення в телерадіожурналістиці. Стиль і текст*. (С. 45–52). Київ.
- Крейг, Р. (2007). *Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ*. Київ: Видавничий дім «Кієво-Могилянська академія».
- Сербенська, О. А. (2002). Ефірне мовлення у взаєминах з усною мовою. *Телевізійна й радіожурналістика: збірник науково-методичних праць*. (С. 32–37). Львів.
- Стишов, А. О. (2005). *Українська лексика кінця ХХ століття (На матеріалі мови засобів масової інформації)*. Київ: Пугач.
- Тошович, Б. (2015). *Інтернет-стилістика*. Москва: Наука.
- Яцимирська, М. (2004). *Культура фахової мови журналіста*. Львів: ПАІС.

#### References

- Yelisoenko, Y. P. (2001). Culture and speech technique in television and radio journalism. *Styl i tekst*. (Pp. 45–52). Kyiv. [In Ukrainian].
- Craig, R. (2007). *Internet journalism: the work of a journalist and editor in new media*. Kyiv: Publishing house «Kyievo-Mohylianska akademiia». [In Ukrainian].
- Serbenska, O. A. (2002). Broadcasting in the relationship with oral language. *Televiziina y radiozhurnalistyka: zbirnyk naukovo-metodychnykh prats*. (Pp. 32–37). Lviv. [In Ukrainian].
- Stishov, A. O. (2005). *Ukrainian vocabulary of the late twentieth century (based on the language of the media)*. Kyiv: Pugach. [In Ukrainian].
- Toshovich, B. (2015). *Internet stylistics*. Moscow: Nauka. [In Russian].
- Yatsimirskaya, M. (2004). *The culture of the professional language of the journalist*. Lviv: PAIS. [In Ukrainian].

Надійшла до редколегії 15.09.2020 р.