

## Літаратура

1. Брызгунова, Е.А. Звуки и интонация русской речи / Е. А. Брызгунова. – М. : Русский язык, 1977. – 281 с.
2. Брызгунова, Е. А. Эмоционально-стилистические различия русской звучащей речи / Е. А. Брызгунова. – М. :Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 116 с.
3. Выгонная, Л. Ц. Интанацыя. Націск. Арфаэпія / Л. Ц. Выгонная. – Мінск : Навука і тэхніка, 1991. – 215 с.

**Г.К. Чахоўскі**

*кандыдат філалагічных навук,  
дацэнт кафедры беларускага мовазнаўства  
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта*

## WEB-АЎДЫТОРЫЯ І ЭЛЕКТРОННЫЯ СМІ Ў СУЧАСНАЙ МЕДЫЯПРАСТОРЫ

Развіццё электронных сродкаў масавай інфармацыі (СМІ) лічыцца адным з найбольш важных дасягненняў сучаснага навукова-тэхнічнага прагрэсу, якія зрабілі магчымым інфармацыйны ахоп максімальна шырокай аўдыторыі, паскарэнне праходжання інфармацыйнай плыні па каналах камунікацыйнай сувязі, павелічэнне іх інфармацыйнай ёмістасці.

Вынікам змен часавых і прасторавых параметраў камунікацыі стала ўтварэнне адзінай інфармацыйнай прасторы, у межах якой разгортваецца міжкультурнае ўзаемадзеянне, арыентаванае на актыўны дыялог з Web-аўдыторыяй.

Трансфармацыя электронных СМІ ў інфармацыйны канал спрыяе ўзрастанню ролі моўнай віртуальнай камунікацыі. Мова, якая выкарыстоўваецца ў працэсе віртуальнай камунікацыі, адрозніваецца паводле спецыфікі канала перадачы інфармацыі і мае адметныя «электронныя» рысы. Розныя жанры віртуальнай камунікацыі рэалізуюцца ў новых дыскурсіўных практыках.

Мэтай гэтага артыкула з’яўляецца агульная характарыстыка і ўніфікацыя тэрміналогіі электронных СМІ, вылучэнне лінгвістычных

аспектаў вывучэння СМІ новага тыпу, аналіз гіпертэкставай арганізацыі і інтэрактыўных магчымасцей сеткавых выданняў.

### **1. Інтэрнэт і СМІ**

У артыкуле «Інфармацыйнае грамадства ў Расіі: парадоксы элітарнага Інтэрнэту» Я. М. Засурскі вылучае 3 працэсы інфармацыйнага абмену: «У свеце адбываюцца тры важныя працэсы ў абмене інфармацыяй: па-першае, глабалізацыя – хуткі абмен інфармацыяй з усім светам; па-другое, развіццё прыватных мясцовых структур: сучасныя інфармацыйна-камунікацыйныя сеткі даюць магчымасць малым групам, у тым ліку этнічным, прысутнічаць у віртуальнай прасторы, аб'ядноўваючы сваіх прадстаўнікоў безадносна да дзяржаўных межаў і геаграфічных адлегласцей, пры гэтым ствараюцца малыя сеткі і групы; нарэшце, па-трэцяе, тэхналагізм, які пераходзіць у сферы масавых сродкаў у тэхналагічны дэтэрмінізм: развіццё мабільнай тэлефаніі адкрывае новыя падыходы да Інтэрнэту, абыходзячы правадную сувязь» [1, с. 4–5].

Прынцыпова важным фактарам выступае доступ да новых інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій: «Інтэрнэт як аснова развіцця інфармацыйнага грамадства з'яўляецца ключавым элементам будучых прарываў у сучасную эліту дзяржаў» [1, с. 4], «у інфармацыйнай сферы інтэрнэт адыгрывае ролю гаранта доступу да інфармацыі» [1, с. 5].

Паводле Я. М. Засурскага, пры аналізе ўзаемаадносін інфармацыйнага грамадства і новых сродкаў масавай інфармацыі неабходна звярнуць увагу на наступныя аспекты:

- 1) магчымасць перадачы інфармацыі з дапамогай сучасных інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій і інтэрнэта;
- 2) пашырэнне тэрыторыі дзеяння традыцыйных сродкаў масавай інфармацыі ва ўмовах інтэрнэтызацыі;
- 3) стварэнне новых мас-медыя, або новых сродкаў масавай інфармацыі [1, с. 6].

Новыя рэаліі ў развіцці сродкаў масавай інфармацыі прывялі да з'яўлення тэрміналогіі, якая адлюстроўвае ўзаемадзеянне СМІ і інфармацыйна-камунікатыўных тэхналогій.

### **2. Фарміраванне новай тэрміналогіі**

У навуковай літаратуры выкарыстоўваюцца розныя тэрміны для намінацыі электронных СМІ: электронныя выданні, net-выданні і сеткавыя выданні, Web-выданні і вэб-выданні, online версіі і анлайнавыя версіі, лічбавыя і віртуальныя СМІ. Разнастайнасць тэрмінаў адлюстроўвае тэхнічныя, інфармацыйныя і навігацыйныя аспекты прэзентацыі,

захавання і апрацоўкі інфармацыі ў электронных СМІ. Прывядзём тлумачэнні некаторых тэрмінаў, якія пашырыліся ў сучаснай камунікатывістыцы [2].

*Новыя электронныя медыя, новыя медыя, нью-медыя (new electronic media, new-media)*. Гэтымі тэрмінамі карыстаюцца спецыялісты ў галіне інфармацыйных супермагістралей (information superhighway). Акцэнт робіцца на прынцыповых адрозненнях інтэрактыўных тэлекамп'ютарных мультымедыйных сродкаў сувязі, на якіх грунтуюцца супермагістралі, ад папярэдніх відаў СМІ – звычайных медыя [2, с. 145].

Новыя электронныя медыя маюць амаль бязмежныя магчымасці для перадачы любой інфармацыі любым яе адрасантам у розных кірунках. Гэта вядзе да такога павелічэння масы інфармацыі і масы карыстальнікаў, пры якім самі паняцці 'медыя' і 'масавая камунікацыя' набываюць новыя семантычныя адценні.

Адрозненне паміж традыцыйнымі СМІ і новымі электроннымі медыя заключаецца таксама ў тым, што сродкі масавай інфармацыі абапіраюцца на камунікатыўную мадэль «ад нешматлікіх да многіх» (media by the few for the many), у той час як новыя сродкі інфармацыі, нью-медыя, забяспечваюць камунікацыю «адмногіх дамногіх» (media by the many for the many) [7].

*Электронная дэмакратыя (electronic democracy)* – канцэпцыя, паводле якой новыя электронныя медыя, паляпшаючы інфраструктуру дэмакратычнага грамадства, ствараюць магчымасць пераходу ад рэпрэзентацыйнага партысіпацыйнага даўдзелу ў сіх грамадзяну вырашэнні актуальных сацыяльных праблем праз адміністрацыйны дапамогай правядзення інтэрактыўных дыялогаў, форумуў, канферэнцый, тэледабатаў і тэлегаласаванняў [2, с. 257].

*Электронная журналістыка, кібержурналістыка (electronic journalism, electronic news gathering, cyberjournalism)* – распаўсюджанне інфармацыі па каналах электронных СМІ. Выраз *electronic news gathering* – збор электронных навін – часцей за ўсё ўжываецца тады, калі маецца на ўвазе збор, апрацоўка і перадача навін звычайна з выкарыстаннем электроннай тэхнікі сувязі. Тэрмін *cyberjournalism* – кібержурналістыка – адлюстроўвае новую фазу ў развіцці электроннай журналістыкі ў сувязі з развіццём інфармацыйных супермагістралей.

Гэты перыяд характарызуецца паліфункцыянальным выкарыстаннем камп'ют

арных тэхналогій і сетак, якія забяспечваюць журналістаў матэрыяламі баз дадзеных, дошакаб'яў, электроннай пошты і іншымі інфармацыйнымі сродкамі інтэрнэту [2, с. 259].

*Электронная газета* (*electronic newspaper*) – перанос газетнай інфармацыі на тэлевізійныя і камп'ютарныя экраны ў тых формах і аб'ёмах, якія адпавядаюць запытам спажывцоў і інтарэсам стваральнікаў [2, с. 257]. У сучасных даследаваннях па камунікатыўнасці аналізуюцца магчымасці і перспектывы электронных газет. Да іх пераваг адносяцца: 1) мінімальная залежнасць ад росту цэн на газетную паперу; 2) пашырэнне аўдыторыі шляхам выхаду ў Інтэрнэт.

З другога боку, перанос газетнай інфармацыі на камп'ютарныя экраны спараджае фінансавыя праблемы, звязаныя з дадатковымі выдаткамі на стварэнне газет і адсутнасцю пакрыцця гэтых выдаткаў чытачамі. Цяжкасці ўзнікаюць таксама пры кампазіцыі матэрыялаў, характэрных для звычайнага друку, у электронны гіпертэкставы фармат.

### **3. Віды электронных выданняў**

Традыцыйнай ацэнкай інтэрнэт-выданняў з'яўляецца прынецп «спадчыннасці», пры якім электронныя выданні разглядаюцца адносна іх афлайн-прадатыпаў [5; 3]. У адпаведнасці з такім падыходам, электронныя сродкі масавай інфармацыі падзяляюцца на тры вялікія групы:

- 1) эквівалентныя копіі традыцыйных СМІ, або іх электронныя версіі;
- 2) мадыфікаваныя анлайн-версіі традыцыйных СМІ, якія ўзніклі на базе сваіх афлайн-прадатыпаў, але не капіруюць іх, праводзяць уласную інфармацыйную палітыку, маюць самастойную схему вяшчання;
- 3) медыяпраекты, якія ўзніклі ў Сеціве і не маюць афлайн-прадатыпаў.

Паводле азначэння А. Носіка, галоўнага рэдактара «lenta.ru» і прэзідэнта інтэрнэт-партала «Рамблер», гэтыя тры групы можна назваць адпаведна так: «клоны», «гібрыды» і «арыгінальныя інтэрнэт-СМІ» [5]. Усе гэтыя віды маюць істотныя адрозненні як з пункту гледжання інфармацыйных падыходаў, у тым ліку ў характары абнаўлення і прэзентацыі навін, маркетынговых стратэгіяў, так і ў падыходах да выкарыстання інтэрнэт-тэхналогій, у тым ліку гіпертэкставых спасылак і інтэрактыўных магчымасцей. Падрабязны аналіз электронных выданняў у рэчышчы такога падыходу змешчаны ў артыкуле М. М. Лукіной [3].

### **4. Гіпертэкставы фармат электронных выданняў**

Як ужо адзначалася, адным з найбольш істотных элементаў новых інфармацыйна-камунікацыйных тэхналогій з'яўляецца гіпертэкставая

арганізацыя. Агульнай прыметай усіх СМІ робіцца электронны тэкст у новым структурна-семіятычным вымярэнні: паралельна з лінейнай, у ім выбудоўваецца іерархічная гіпертэкставая структура.

Арыгінальны эффект нелінейнай арганізацыі інфармацыйных адзінак, якія могуць быць прадстаўлены як тэкстам, так і аўдыё- і відэаінфармацыяй, а таксама выключная лёгкасць кіравання гэтымі адзінкамі ў гіпертэкставым асяроддзі забяспечыла папулярнасць і шырокае распаўсюджанне гіпертэкставых тэхналогій.

І.Б. Штэрн прыводзіць найбольш поўнае азначэнне гіпертэксту: «Гіпертэкст – <...>інфармацыйная (камп'ютарна арыентаваная) тэхналогія арганізацыі і выкарыстання тэкставых матэрыялаў, якая спалучае нелінейны, асацыятыўна-фрагментарны і сеткавы прынцыпы рэпрэзентацыі інфармацыйнай прасторы з працэдурамі вольнай навігацыі з дапамогай нелінейных сувязей, зафіксаваных у гэтай прасторы» [6].

Асноўныя характарыстыкі гіпертэкставых тэхналогій:

- 1) наяўнасць спасылак;
- 2) магчымасць стварэння новых спасылак (карыстальнік можа развіваць сваю сетку або проста каментавать іншы дакумент);
- 3) структурызацыя інфармацыі (на адным і тым жа матэрыяле можна арганізаваць некалькі розных іерархій);
- 4) глабальны погляд (спецыяльныя сістэмы прагляду могуць забяспечыць глабальны погляд на дакумент як на сетку вузлоў, што вельмі важна для вялікіх па аб'ёме або складаных дакументаў);
- 5) модульнасць інфармацыі (на адзін і той жа тэкст (фрагмент) можна спасылацца з некалькіх пазіцый);
- 6) звязнасць тэксту (спасылкі робяцца неад'емным элементам асноўнага тэксту і, нават калі пэўны фрагмент тэксту пераносіцца ў іншае месца, нават у іншы дакумент, інфармацыйныя спасылкі працягваюць даваць прамы і непасрэдны доступ да гэтага тэксту).

### **5. Сеткавы дыкурс**

Спецыфікай гэтага тыпу зносін з'яўляецца выкарыстанне спецыфічных сігналаў камунікацыі – электронных. Камп'ютарныя зносіны – гэта камунікацыя ў віртуальным асяроддзі, і ў гэтым заключаецца яго найбольш істотная прымета. У сучасным грамадстве ёсць некалькі магчымасцей зносін пры дапамозе камп'ютара: лакальная сетка, якая аб'ядноўвае некалькі камп'ютараў, нацыянальнае і глабальнае сусветнае сеціва (WWW – World Wide Web).

Камп'ютарныя зносіны могуць быць як асобна-арыентаванымі (перапіска па электроннай пошце), так і статусна-арыентаванымі (удзел у электронных канферэнцыях). Яны маюць прыметы ўсіх тыпаў істытуцыйнага дыскурсу, аднак не належаць ні да якога з іх цалкам: спецыфіка істытуцыйнага дыскурсу адлюстроўваецца ў жанрах камп'ютарных зносін. У выніку аналізу сітуацыі і ўдзельнікаў камп'ютарных зносін мы сутыкаемся са складанымі камбінацыямі дыскурсаў: перадача паведамленняў аднаго карыстальнік іншаму па электроннай пошце (побытавыя зносіны), афіцыйны абмен і запыт інфармацыі па электроннай пошце (афіцыйна-справавы дыкурс), абмеркаванне навуковых праблем у групах навін і анлайн-канферэнцыях (навуковы дыкурс), абмеркаванне пытанняў выкладання і адукацыі ў анлайн-канферэнцыях (педагагічны дыкурс), рэклама, якая з'яўляецца на электронных дошках аб'яў (рэкламны дыкурс), абмеркаванне палітычных пытанняў (палітычны дыкурс).

Сеткавы дыкурс як від зносін аб'ектыўна вылучаецца на падставе наступных канстытутыўных прымет: электронны сігнал як канал зносін, віртуальнасць, дыстантнасць, апасродкаванасць, высокая ступень пранікальнасці, гіпертэкст, крэалізаванасць, статусная самастойнасць ўдзельнікаў, «смайлікі», камбінацыя розных тыпаў дыскурсу, спецыфічная камп'ютарная этыка.

Камп'ютарныя зносіны мэтазгодна разглядаць як адмысловае функцыянаванне мовы, якое ўключае розныя жанры:

- 1) электронную пошту (e-mail), лісты, пераважна прыватнага зместу;
- 2) электронныя гутаркі;
- 3) сістэма электронных дошак аб'яў – BBS (Bulletin Board System);
- 4) камп'ютарныя канферэнцыі.

Характэрнымі прыметамі сеткавых канферэнцый, як асобнага жанру камп'ютарных зносін, з'яўляюцца:

- 1) падабенства з навукавай канферэнцыяй у яе нефармальнай (кулуарнай) частцы;
- 2) дыстантнасць;
- 3) спецыфічная канвенцыйнасць і наяўнасць фіксаваных правіл зносін;
- 4) тэматычнае структураванне;
- 5) пісьмовая фіксацыя.

Сеткавыя навуковыя канферэнцыі маюць істотнае значэнне для карыстальнікаў з лінгвістычнага пункту гледжання, паколькі ўдзельнікі такога віду зносін маюць доступ да моўнай культуры іншых народаў, а шырокія зносіны з прадстаўнікамі розных дыскурсіўных супольнасцей дазваляюць развіваць гуманітарную адукацыю і стымулююць развіццё як роднай мовы, так і авалоданне замежнымі мовамі, дазваляюць набыць адпаведныя моўныя навыкі. На гэты аспект звяртаюць увагу метадысты, якія выкарыстоўваюць інтэрнэт у працэсе навучання адпаведным дысцыплінам.

Спецыфіка камп'ютарнага этыкету патрабуе дэталёвага лінгвістычнага вывучэння, паколькі камп'ютарныя зносіны сёння з'яўляюцца адным з вядучых спосабаў камунікацыі. Сацыялінгвістычнае вывучэнне этыкету ўключае асвятленне як моўных, так і пазамоўных сродкаў зносін для выяўлення сацыяльна значных адрозненняў у камунікацыйных сітуацыях, вызначэнне ўніверсальных і нацыянальна-спецыфічных характарыстык этыкетных паводзін і параметраў этыкетнай варыятыўнасці.

### Літаратура

1. Засурский, Я. Н. Информационное общество в России : парадоксы элитарного Интернета / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. – Сер. 10. Журналистика. – 2001. – № 6. –С. 4–13.
2. Землянова, Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова.– М. : Изд-во МГУ, 1999.
3. Лукина, М. М. СМИ в домене РУ : хроника, цифры и типы/ М. М. Лукина // Вестник Московского университета. – Сер. 10. Журналистика. – 2001. – № 6. –С. 63–73.
4. Новак, Т. Новые метрики для новых СМИ : к разработке стандартов измерения Web-аудиторий / Т. Новак, Д. Хоффманн // Гуманитарные исследования в Интернете; под ред. А.Е. Войскунского. - М. : Можайск-Терра, 2000. -С. 192–249.
5. Носик, А. СМИ в Интернете как бизнес и предприятие / А. Носик[Электронный ресурс]. – Режим доступа :<http://www.rus.ru/netcult/cathedra/20010203nosik.html>. – Дата доступа :19.06.19.
6. Штерн, І. Б. Вибрані топікі та лексикон сучасної лінгвістики / І. Б. Штерн. – Київ : АртЕк, 1998. – 336 с.

7. Collins, A. The Role of Different Media in Designing Learning Environment / A. Collins, P. Neville, K. Bielaczyc // International Journal of Artificial Intelligence in Education. – 2000, 11. – P. 144–162.