

УДК 007: 304: 070

Яковенко В.О.¹, Тонкіх І.Ю.²

¹ студ. гр. СН-317, НУ «Запорізька політехніка»

² канд. філол. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

КУЛЬТУРА ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У КОМЕНТАРЯХ НА САЙТАХ ІНТЕРНЕТ-ВИДАНЬ

З кожним роком Інтернет стає все більш популярною комп'ютерною мережею, яка замінює людству читання книг, проведення вільного часу і навіть спілкування. Люди використовують Інтернет не тільки для підвищення й поглиблення знань у своїй професійній діяльності, а й активно шукають альтернативу розвагам, відпочинку і живому спілкуванню. У наш час Інтернет стає головним каналом комунікації людства. Тому засоби масової інформації роблять спроби переходу на інтернет-платформу, насамперед задля того, щоб чисельність аудиторії зростала. При цьому редактори не

завжди приділяють достатньо уваги процесу модерації сайтів, через що знижується культура вербальної комунікації. Відтак, на сьогодні дослідження особливостей функціонування коментарів на сайтах різних інтернет-видань набуває особливої актуальності.

Мета роботи – визначити особливості вербальної комунікації в інтернет-виданнях на прикладі читачьких коментарів.

Вербальна комунікація (від лат. *verbalis* – словесний) передбачає цілеспрямовану словесну передачу певного повідомлення. «Мовна сторона комунікації має ієрархічну структуру (від фонему до тексту й інтертексту) й виступає в різних стилістичних різновидах (розмовна й літературна мова, діалекти й соціолекти, різні стилі та жанри)» [1,3].

В. Г. Пасинок зазначає, що «у гносеологічному аспекті вербальна комунікація є обміном інформації між комунікантами; в онтологічному – це мисленнєво-мовленнєва діяльність, процес комунікації; у прагматичному аспекті вербальна комунікація є процесом реалізації комунікативних інтенцій мовців – осмислених чи інтуїтивних, які визначають внутрішню програму мовлення і спосіб її втілення у спільній діяльності. Вербальна комунікація спирається на використання людьми звукової та письмової мови, за допомогою якої найбільш повно передається семантичний бік інформації, його зміст» [2, 161].

Вербальна комунікація на сайтах ЗМІ здійснюється за допомогою журналістських текстів і різноманітних інтерактивних засобів зв'язку із читачькою аудиторією: коментарів, оцінок («лайків» та «дизлайків»), опитувань, рейтингів, журналістських та читачьких блогів тощо. Один із найбільш популярних та розповсюджених засобів інтерактивного зв'язку – це коментарі, наявні майже на кожному сайті видання.

Можливість коментувати журналістські публікації надає читачам унікальний шанс брати участь у процесі створення та розповсюдження суспільно важливої інформації, адресованої масовій аудиторії, адже у коментарях читачі не лише висловлюють ставлення до публікації, а й обмінюються власними думками та спілкуються один з одним. Журналісти зацікавлені у захопленні читачів до цього процесу, оскільки це дозволяє їм визначати ступінь актуальності обраної теми та її резонанс у суспільстві.

На жаль, на сьогодні коментарі на сайтах ЗМІ використовуються не для розв'язання предметної конструктивної дискусії, а для позбавлення від негативних емоцій. При цьому інформаційно-комунікативна функція поступається місцем функції «ескапізму» (або ескейпізму), виникнення якої у психології пояснюють бажанням людини втекти від проблем реального життя у вигаданий, ілюзорний світ. У результаті відбувається втеча від дійсності, втрата реальності. У такому разі суттєво знижується культура

комунікації, адже замість критичних аналітичних коментарів читачі починають обмінюватись емоційними, негативно забарвленими репліками.

Якщо модератор сайту не стежить за читачьким контентом у коментарях, замість дискусії відбувається поширення так званого «сміттьєвого трафіку» – флуду (багаторазового розміщення однотипної інформації) та флейму (образливих висловах стосовно співрозмовника). Такі повідомлення відволікають від головної теми публікації та призводять до розпалення словесної війни. Це вважається порушенням етики мережевого спілкування і призводить до загального зниження культури вербальної комунікації на сайтах видань.

Наприклад, на сайті інтернет-видання «Цензор.нет» дуже часто публікації на тему політики провокують серед читачів обмін образливими повідомленнями. З приводу висловів І. Коломойського читачі обмінювалися такими коментарями: «Не любить ЗеБеня правди!», «Беня показал, что он – обычный ватный гопник», «Це зрадна зрада – пробите дно!». Як правило, у відповідь на подібні коментарі читачі отримують образливі відповіді, що далі переростають у суперечку, далеку від теми публікації.

На сайті видання «NV.ua» загальна кількість читачьких коментарів не дуже велика, проте випадків флейму дуже багато (наприклад, «кучка терпил по главе с петрасьяноЗЕдентом», «Дерьмомойский» тощо). На сайті видання «Gazeta.ua» також трапляються випадки флейму у коментарях на кшталт «совковий треш», проте тут редактори, вочевидь, дотримуються більш суворої політики модерації читачького контенту. Образливі вислови, швидше за все, видаляються, а критичні зауваження залишаються.

Отже, культура вербальної комунікації в інтернет-ЗМІ, яка реалізується не лише у журналістських публікаціях, а і в читачьких коментарях, залежить, звичайно, насамперед від самих учасників процесу комунікації, але її регулятором має бути чітка політика модерації контенту на сайті. На наш погляд, неприпустимим є розпалення словесної війни за допомогою флуду і флейму, що є порушенням етики мережевого спілкування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація : навч. посібник. Київ : ВЦ «Академія», 2006. 256 с.
2. Пасинок В.Г. Вербальні й невербальні засоби оратора. *Вісник Харківського нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна. Сер. Романо-германська філол. Методика викладання іноземних мов.* Харків. 2011. Вип. 67. С. 161–166. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6527/2/11pvgnz0.pdf> (дата звернення: 12.03.20)