

2. Караванський С. До зір кризь терня, або Хочу бути редактором / С. Караванський. – Львів : БаК, 2008. – 120 с.
3. Кубайчук В. Хроніка мовних подій в Україні. Зовнішня історія української мови / В. Кубайчук. – К. : К.І.С., 2004. – 176 с.
4. Куляс П. П. Типологія помилок : підручник – монографія / П. П. Куляс. – К. : Вид. НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. – 464 с.
5. Куляс П. П. Система – проти автоматизму суржику : Редакторський погляд : навч. пос. Вид. друге, розширене / П. П. Куляс. – К. : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2013. – 294 с.
6. Кундзич О. Л. Творчі проблеми перекладу. – К. : Дніпро, 1973. – 264 с.
7. Масенко Л. Т. Суржик у системі розмовних форм побутування української мови / Л. Т. Масенко // Дивослово. – 2007. – № 12. – С. 26–31.
8. Рильський М. Т. Ясна зброя / М. Т. Рильський. – К. : Рад. письм., 1971. – 288 с.
9. Таранов П. С. Карманная риторика / П. С. Таранов. – Севастополь : Библекс, 2005. – 384 с.
10. Українська мова у ХХ сторіччі: історія лінгвоциду : док. і мат-ли / Упор. і гол. ред. Л. Масенко. – К. : ВД КМА, 2005. – 399 с.

#### **Куляс П. П. Семь золотых правил «Типологии ошибок»**

В статтє представлены найважнейшие рекомендации для редактора, которые обязательно понадобятся ему в его профессиональной деятельности во время работы над текстом. Акцентируется внимание на типичных ошибках, какие есть в современных текстах, и методиках их исправления.

**Ключевые слова:** редактирование, ошибка, типология ошибок, точность словоупотребления, суржик, ясность текста, логические нормы редактирования.

#### **Kulyas P. Seven golden rules «Typology of errors»**

In state presents critical recommendations for the editor, who will definitely need him in his professional activities during the work on the text. The article focuses on the typical mistakes which have in modern texts, and methods for their correction.

**Key words:** editing, error, types of errors, precision of word usage, surzhik, the clarity of the text, logical rules editing.

УДК 007 : 304 : 659.3

**О. Т. МАРКІВ**

кандидат педагогічних наук, доцент

### **ДО ПИТАННЯ ПОЛІЛОГУ В МЕРЕЖЕВІЙ КОМУНІКАЦІЇ**

У статті розкрито деякі аспекти полілогу в мережевій комунікації: його означення, побудову, принципи творення і функції. Акцентовано увагу на дискурсивних лініях і комунікативних ролях у полілозі блогів.

*Ключові слова:* мережева комунікація, полілог, блог, дискурсивні лінії.

**Н**а зміну журналістиці монологічній, яка виникла з давньогрецьких ораторських промов (В. Здоровега, Й. Лось), а згодом – діалогічній, що сформувалася завдяки поширенню жанру інтерв'ю, приходять нинішня – полілогічна [2]. Референдуми, пресконференції, брифінги, тематичні програми прямого ефіру, гарячі лінії в пресі, вуличне телебачення, телевізійні ток-шоу є моделями полілогічного спілкування. З виникненням нових технологій, зокрема мережі, в полілозі бере участь необмежена кількість осіб.

Це виводить інтерактивний дискурс – віртуальну комунікацію на численних форумах та сайтах – на різні рівні, реєстри, мережеві файли, каталоги тощо. Маємо на увазі можливість Інтернету одночасно передавати інформацію в маси й синхронно отримувати на неї реакцію аудиторії. Таке явище називають медіакомунікаціями (Є. Цимбаленко). Це, власне, синтез міжособистісної, групової, масової комунікацій [3].

Отже, новочасна журналістика (передовсім завдяки інтернет-журналістиці) отримала нові характеристики, які її детермінують, зокрема: полілог, гіпертекст, гіпермедіа, інтерактивність, симультанність, блогосфера тощо. [2] Можна вважати, що всі ці якості мають спільний механізм дії на аудиторію, а полілог – це та комунікативна форма, що їх об'єднує.

За мету в цій статті ми обрали аналіз полілогу в мережевій комунікації, зокрема в блогах, оскільки блогосферу сьогодні визнано журналістикою і саме інформація блогів часто є джерелом для журналістських матеріалів. Така позиція дещо пояснює вступ до цієї статті, її актуальність і наше бажання проаналізувати саме тексти блогу.

Особливості полілогу по-різному аналізують М. Титаренко, Є. Цимбаленко, В. Каптюрова, Ю. Половинчак, О. Драгун, Л. Назарова, О. Селіванова, Е. Яковлєва та інші. Ми спробуємо розкрити практичний бік цього комунікативного явища.

Полілог розглядають як розмову між кількома особами і як форму мовлення, змістовно-сміслова структура якого характеризується ситуативною зв'язністю, спонтанністю та нелінійністю (В. Каптюрова). Полілог створюється зусиллями цілої групи комунікантів. Тому за чіткістю в своїй побудові він протиставляється монологу, який створений з рефлексій одного автора, і частково діалогу (цілеспрямованій комунікації учасників в одному часі і просторі, при якій невчасність відповідей призводить до припинення діалогічного комунікативного акту). Сьогодні дослідники (В. Каптюрова) говорять про синкретизм цих форм мовлення, особливо в мережі [1].

Вважають (Е. Яковлєва), що структурно полілог є сукупністю монологічних висловів, об'єднаних однією темою, яка послідовно розробляється в мовному груповому спілкуванні [4]. Багатосторонній характер спілкування передбачає розвиток політематики в одній дискурсивній події, аналіз якої дозволяє виділити основні і побічні лінії, що формують цілісний мовленнєвий твір. У цьому терміні закладена мультирольова і міжособистісна обумовленість відносин учасників, що дозволяє по-іншому, ніж у діалозі, розглянути прагматичний бік цього виду мовлення.

Як бачимо, полілог – це відкритий текст, що не обмежений ні в часі, ні в просторі, він може продовжуватися, актуалізовуватися в міру того, як ним зацікавлюються учасники. В полілозі як формі мережевої комунікації бере участь коло зацікавлених осіб: тільки той, у кого виник інтерес до написаного або той, хто за тематичним пошуком цілеспрямовано віднайшов матеріал, перечитує, опрацьовує, формує своє ставлення і залишає чи не залишає коментарі до нього. В цьому разі буде одноосібне спілкування з текстом. У

випадку, коли користувач «поділиться» інформацією в соціальних мережах серед «друзів», може розв'язатися сітка коментарів (лайків, вподобань), ба навіть суперечка кількох авторів дописів щодо ключових ідей у попередніх коментарях, тобто вже до вторинного комунікативного ефекту від первинного тексту. Таким чином створюється полілог, що витікає зі спільної теми й розростається в її тематичне поле, формуючи певне інформаційне ядро, що відкрите для наступних аргументів.

Є сенс також думати, що мережевий полілог як комунікативне явище може виникати через посередництво популярних сьогодні в Інтернеті маніпулятивних засобів, таких як: «флейм» – обмін повідомленнями, які містять прямі образи, і вже не мають відношення до першопричини суперечки; «тролінг» – інформаційний напад за допомогою наклепів, чуток, компромату тощо, використовується, зокрема, для відвернення уваги від гострих тем і переведення конструктивного обговорення в перепалку; «флуд» – беззмістовні порожні балачки задля розваги, або – з намірами тролінгу; «спам» – масова розсилка інформації особам, які не проявляли бажання її отримувати.

З метою виправдати себе або автора первинного тексту дописувачі вступають у суперечку з «тролерами» та «флудерами» і цим формують нові сюжетні лінії. На цьому також акцентує і М. Титаренко, зазначаючи, що мережею (не без участі блогерів) розповсюджуються віруси дезінформації, плагіату, інфовандалізму, хакерства тощо: «...більшість блогерів не пишуть щоденників для самих себе, не рефлексують наодинці зі собою, втрачають здатність внутрішнього монологу та самооцінки, підмінюючи її оцінкою (коментарями) інших, що, зрештою, може призвести до втрати індивідуальності» [2].

Враховуючи викладене, доцільно навести класифікацію комунікативних ролей у полілозі, які, на думку Е. Яковлевої, мають своє функціональне призначення. Це:

– лідер-адресант (модератор, «підтакувальник», основний інтерпретатор, розробник теми);

– рядовий адресант (медіатор, арбітр, «миротворець» в конфліктах, репрезентант думки всієї групи, що оцінює, коригує, резюмує, «самозванець» у втручаннях, що злегка підтримує розмову);

– адресат (прямий, непрямий, формальний, випадковий, іменований, що не іменується, віртуальний, одиничний, множинний тощо).

Дослідниця зазначає, що ролі співрозмовників непостійні, а полілог непередбачуваний відносно чергування реплік (тут є можливість втручання одного або відразу декількох учасників одночасно, переадресації реплік, «замаскованої» адресації, віртуальної), що впливає на характер зв'язку, особливе комбінування одиниць мовного спілкування [4].

На основі власних спостережень дозволимо собі виокремити *функції полілогу*, які будуть проілюстровані нижче безпосередньо в аналізі блогу.

1. *Комунікативна*. Тексти блогу завідомо спрямовані на контакт, зосереджені на груповій ідентичності маси.

2. **Продуктивна.** Комунікація продукує нове знання, що є одночасно інформаційним приводом для наступних матеріалів.

3. **Інтегрувальна.** Формує шляхом асиміляції ідей реципієнтську аудиторію (зокрема, читачів блогу).

4. **Детермінантна.** Характеризує учасників комунікації за певними ознаками.

5. **Контентотвірна (контентоформувальна).** Дає учасникам полілогу можливість бути повноправними творцями контенту.

6. **Новаторська.** Ламає стереотипи щодо жанру, мови, символіки комунікації.

7. **Рекламна.** Збільшує кількість відвідувачів ресурсу, на якому блог зареєстрований, чим робить його популярним.

Отже, мережева комунікація реалізовується завдяки відкритим віртуальним щоденникам – блогам, які є цілеспрямовано публічними. Це зумовлює стильові, композиційні (пости), змістові (контент), структурні (поділ за категоріями) та інші зміни. Причому блоги передбачають коментарі читачів – і це чи не найвагоміша ознака, що перетворює традиційну монологічну форму щоденника на полілогічну, а відтак – дає підстави зарахувати блоги до публіцистики нового зразка [2].

Розглянемо блог Олега Волощука, розміщений на ресурсі «Українські мотиви в блогосфері» (останній матеріал від 28.02.2016).

Стаття, яка нас зацікавила («Українська блогосфера – яка ситуація зараз на ukr-net просторі»), була розміщена 30 вересня 2013 року, однак вона не втратила актуальності і це видно з останнього коментаря від 8 березня 2016 року. Подаємо фрагмент (цитуємо за оригіналом без редагування):

*«...Поки буде існувати інтернет – будуть існувати і українські блоги, а з часом їх кількість тільки збільшуватиметься. Навіть зараз я спостерігаю активний розвиток україномовних ресурсів, правда велика кількість їх з часом відсіюється...*

*Я спеціально познаходив “старі” блоги і перечитував давні пости і коментарі, так от – більша половина посилань, які наводяться в контексті і в коментарях, просто мертві, ресурсів більше не існує...*

*Основна і величезна проблема в тому, що заводять блоги (українські чи ні) без певної мети, просто так. Як правило, з цього “просто так” нічого не виходить доброго і блог існує до моменту закінчення оренди хостингу, а далі людина говорить, що блогосфера – це маячня, або ще гірше – української блогосфери не існує.*

*Другий момент – блоги починають заводити від навішаної на вуха локшини, на кшталт “1000\$ з блогу за 3 місяці”, таку ідею пропагує відома школа Старт-Ап, про яку ми ще поговоримо (не так про школу – як про її мету). Людина запалюється, створює блог, проходить час і... очікуваного результату немає, а якщо це український блог, де на порядок менше рекламодавців, то маємо аналогічну картину – думку, що української блогосфери не існує.*

*Про признання українських ресурсів на світовому рівні говорить і те, що всесвітній конкурс блогерів Best of the Blogs відтепер приймає до участі блоги, які ведуться рідною мовою! До нині участь могли приймати тільки ті українські блоги, які містили контент на російській.*

*Блогосфера в цілому, а українська зокрема, крокує впевнено в майбутнє, українська мова стає все більш популярною в мережі і ресурсів на рідній стає все більше. Мало, дуже мало спеціалізованих, тематичних, вузьконаправлених українських блогів, від того і враження, що нашої блогосфери не існує. Але то хибна думка.*

*Сьогодні в інтернеті переважають українські блоги а-ля особистий щоденник, але проходить час і з'являються патріотично налаштовані спеціалісти в різних галузях, які просувають та популяризують ресурси на рідній мові. Колись хтось казав, що українська блогосфера зараз нагадує зарубіжну 5-7 років тому, а це значить, що у нас ще є час».*

**Тема**, або основна дискурсивна лінія, що об'єднує полілог у коментарях, – майбутнє української блогосфери. Вона послідовно розробляється в груповому спілкуванні:

✓ *«Якщо буде Україна, буде розвиватися українська культура й мова, то буде розвиватися й українська блогосфера, нікуди не подінеться. Й нинішніх блогерів нехай тішить думка, що як не будуть в ледарях, через кілька років будуть в лідерах ;-)!» (Павло, 30.09.2013);*

✓ *«Згоден, блогосфера невід'ємна частина суспільства та медіа, з розвитком українства – розвиватимуться і можливості українських блогів» (Олег Волощук, 30.09.2013);*

✓ *«Цілком і повністю підтримую автора. Український інтернет-простір, разом з українською продукцією... будуть існувати, варто тільки все для цього робити» (Артем, 15.10.2013);*

✓ *«все залежить від нас та від кількості хорошого матеріалу українською в мережі» (Олег Волощук, 11.03.2014) та інші.*

Щоправда вже з четвертого коментаря з'являються такі побічні дискурсивні лінії:

✓ перша – майбутнє за автономними блогами чи за їх сукупністю: *«Не доцінювати ресурси типу livejournal.com не варто, там дуже велика зібрана аудиторія постійних читачів, які люблять не тільки читати але й деколи цікаво писати... Це якраз і є сукупність блогів» (Fedup, 01.10.2013); «Сукупність сторінок на певному блогівому сервісі, я б так сказав... хоча Ви праві, такі сервіси сильно популярні і значущі, та все ж... це не є автономний блог» (Олег Волощук, 01.10.2013);*

✓ друга – популяризація української мови: *«Сьогодні розмовляла з сестрою на тему української мови у Києві. Запитувала її, чи самі люди спілкуються українською, яке ставлення у них до нашої мови... Ситуація показова: люди не звикли вживати українську поза домівкою, хоча і володіють нею...» (Неля, 08.03.2014).* Тематичне поле – українська блогосфера – справді дотичне до питання мови й культури. Вже наступна репліка коментаторки

повертає читача до основної теми: *«Тому дозволю собі припустити, що якщо на блозі буде справді якісний, потрібний людям контент, то вони приходимуть на блог»*. Цю думку продовжує допис Віктора Хільчука (11.03.2014): *«Аби кожен з нас не переставав робити свою справу та робив сайти на українській, – і популяризація йтиме все швидше і швидше»*;

✓ третя – питання мови з політичним акцентом: *«Після останніх подій в нашій країні, переклала блог про страхування українською... Щось не пишеться російською»* (INSURRAT, 07.03.2016); *«Ну врешті, ми ж українці. Якого біса ми повинні писати іноземною мовою?»* (Олег Волощук, 08.03.2016).

Провокативних засобів у цьому дискурсі немає, але за такий можемо сприйняти допис *Romana* (08.10.2015), зроблений о 00.47: *«Шось українська блогосфера майже мертва =(»*. Цей коментар звучить саркастично (подібно до «флуду»), хоч автор, прикріпивши смайлик =(, ніби висловлює прикрість, смуток, печаль (таке значення смайлика). Його думку заперечує автор статті: *«Я б так не сказав, дядя Роман (тут усміхнений смайлик). Просто йде природній відбір, де з 100 блогів на плаву залишиться 2-3, це нормально»* (Олег Волощук, 09.10.2015). Свій короткий пост дописувач *Roman* не аргументує, отже є схильність думати, що репліка, причому розміщена опівночі, була випадковою, задля розваги.

**Комунікативні ролі** цього полілогу такі: модератор – автор Олег Волощук, розробники теми – Павло і Fedun, інтерпретатор – Віктор Хільчук, «підтакувальник» – Артем, медіатор – Неля, репрезентант думки всієї групи – Ігор (*«Незважаючи на все блогосфера продовжує існувати»*, 01.10.2013), арбітрів і миротворців немає, оскільки відсутні конфліктні ситуації.

Що стосується просторово-часової дискретності тексту полілогу, бачимо таку кількість і черговість дописів: 10 – жовтень 2013 р., 4 – березень 2014 р., 2 – жовтень 2015 р., 1 – січень 2016 р., 2 – березень 2016 р. Це свідчить про незавершеність комунікативного акту, полілог відновлюється, коли ним зацікавлюються нові учасники. Отже, спостерігаємо ситуативну зв'язність та спонтанність висловлювань.

Зазначимо, що дискурсивні лінії полілогу, які стосуються статті *«Українська блогосфера – яка ситуація зараз на ukr-net просторі»*, продовжуються в наступних матеріалах авторського блогу. Зокрема, *«Чому я нічого не пишу про бізнес, на чому заробляє цей блог та трішки про нову ідею»* (02.10.2014).

Тут, попри центральну тему (українська блогосфера), з'являється нова, вже четверта, тематична лінія (заробляти на блозі і за допомогою блогу – різні речі). Що цікаво, такі акценти спровокували «флейм»:

*«От хочу вас спитати, ви написали: “я буду пропагувати та навчати тому виду діяльності та заробітку, який планую зробити основним джерелом доходу для себе”, а якому виду заробітку може навчити чоловік, який займається виключно інфобізнесом? Чи не вийде як в цьому анекдоті»* (Пан П, 23.10.2014);

*«Не розумію Вашого сарказму... Ви самі відповіли на своє запитання – буду ділитись своїм досвідом саме зі сфери інформаційного бізнесу... Анекдот смішний, але не зовсім коректний, по крайній мірі до людини, можливості, продукти і наміри якої Ви не знаєте» (Олег Волощук, 24.10.2014).*

Зосередимось також і на **функціях полілогу**: **комунікативна** – стаття відразу зорієнтована на контакт самим автором: «Буду радий почути Вашу думку на рахунок розвитку української блогосфери, пишіть коментарі та доповнення, давайте подискутуємо»; **продуктивна** – хоч новизни в коментарях немає, однак цю функцію презентує теза *Олега Волощука* щодо рейтингів блогів: «Сервіси рейтингів якраз таки і не розділяють по платформі і це правильно, але нема поки що тих можливостей, які хотілося б бачити»; **інтегрувальна** – сформувалася зацікавлена реципієнтська аудиторія (тих, хто вже створив свій блог або хоче створити за рекомендацією автора); **детермінантна** – характеризує аудиторію як патріотів і популяризаторів української мови; **контентотвірна** – всі учасники повноправні творці контенту; **новаторська** – дописи зроблені в довільній формі, коментатори використовують символічні знаки, смайлики, діалектні елементи; **рекламна** – популяризується українське, і є пряма реклама відеокурсу «Як створити блог...», а також схвальні відгуки відвідувачів сайту.

Отже, в комунікативному мережевому середовищі спостерігається асиміляція форм мовлення (монолог-діалог-полілог); надіслані повідомлення в соціальних мережах, блогах провокують мультирольову і міжособистісну обумовленість відносин учасників і розвиток політематики в одній дискурсивній події; мережевий полілог як комунікативне явище часто ініціюється посередництвом маніпулятивних засобів (флейму, тролінгу, спаму та ін.); полілог не має просторово-часового вираження, він може актуалізовуватися новими зацікавленими дописувачами.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Каптюрова В. Синкретизм монологу, діалогу та полілогу в інтернет-комунікації / В. Каптюрова // Мовні і концептуальні картини світу. – 2013. – Вип. 43(2). – С. 129-137.
2. Титаренко М. Новочасна журналістика в контексті синергетики, або В пошуках унікального «надлишку» / М. Титаренко // Медіа-філософія. – № 14. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/drukovani/novochasna-zhurnalistyka-v-konteksti-synerhetyky-abo-v-poshukakh-unikalnoho-nadlyshku.html>
3. Цимбаленко Є. Нові й універсалізовані ознаки медіакомунікацій / Є. Цимбаленко // Інформаційне суспільство. – 2014. – Вип. 19. – С. 5-9. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/is\\_2014\\_19\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2014_19_3)
4. Яковлева Э. Полилог – третья форма речи? / Э. Яковлева // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2007. – №1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/polilog-tretya-forma-rechi>

#### **Маркив А. Т. К вопросу полилога в сетевой коммуникации**

В статье раскрыты некоторые аспекты полилога в сетевой коммуникации: его определение, построение, принципы создания и функции. Акцентируется внимание на дискурсивных линиях и коммуникативных ролях в полилоге в блогах.

**Ключевые слова:** сетевая коммуникация, полилог, блог, дискурсивные линии.

### Markiv O. T. To the question of polilog in network communication

In the article some aspects of polilogu are exposed in network communication: his determination, construction, principles of creation and function. Attention is accented on discursive lines and communicative roles of polilog in blogs.

**Key words:** network communication, polilog, blog, discursive lines.

УДК 070.4 : 81'373.612.2

Л. В. ОДИНЕЦЬКА

асистент

## РОЛЬ МЕТАФОРИ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті розглянуто історію дослідження метафори. Акцентовано специфіку когнітивного вивчення метафори. З'ясовано поняття «концептуальна метафора» та схарактеризовано її особливості. Визначено типи метафор, висвітлено їхні функції та проаналізовано стилістичне забарвлення метафори в мові засобів масової інформації.

*Ключові слова:* метафора, концептуальна метафора, когнітивна лінгвістика, засоби масової інформації.

У сучасному інформаційному просторі велику роль відіграють засоби масової інформації, які історично впливають на формування світогляду сучасної людини. Мова засобів масової інформації як різновид національної мови еволюціонує одночасно з етнічною свідомістю та перебуває під впливом суспільно-політичних процесів. Вона відображає не лише суспільне життя, а обличчя країни в цілому. Тому мова сучасних засобів масової інформації багата на метафори, які сформовані на архетипах та мають різноманітне стилістичне значення. Актуальність статті полягає в необхідності виявлення стилістичних функцій метафори в засобах масової інформації.

Метою цієї статті є з'ясування стилістичної функції метафори в засобах масової інформації.

Метафоризація – це семантичний процес, в якому форма мовної одиниці переноситься з одного об'єкта позначення на інший на основі певної подібності між цими об'єктами при відображенні в свідомості мовця [8, 334].

Проблема функціонування метафори в ЗМІ є однією з ключових у сучасній лінгвістиці. Метафора – це один із найпродуктивніших інструментів збагачення мови, водночас це засіб концептуалізації дійсності і формування суспільних поглядів.

Існує багато напрямків дослідження цього явища: інтеракційний (А. Річардс, М. Блек), прагматичний (Д. Девідсон, Н. Гудмен, Е. Ортоні), когнітивний та інші.

У когнітивній лінгвістиці метафору потрактовано як ментально-мовне явище та акцентовано її пізнавальний потенціал. Поняття «когнітивна метафора» першим ввів М. Блек, вказавши, що метафора є не мовною прикрасою, а засобом мисленнєвої діяльності людини. Ще в часи середньовіччя Дж. Віко вивчав метафору у філогенезі як первинну логіку несвідомих процесів, яка втілилась у поетичній творчості народу. Згодом схожі думки висловлював Е. Касієр, називаючи метафору рефлексом міфологічних уявлень