

своїй волі; в інших – бойовий маг навіював противникам бачення – ілюзію вовка чи ведмедя.

Щоб стати характерником, потрібно було пройти різноманітні складні випробування. У якості «випускного іспиту» кандидат мав переплисти на човні всі дніпровські пороги, що зробити під час «великої води» було практично неможливо. Проте, виконуючи надможливе, в момент коли стирається грань між життям і смертю, в людини саме проявляються надзвичайні здібності, які пізніше і склали основу характерництва.

Виноградова М.
ХДАДМ

МОВНА КУЛЬТУРА ІНТЕРНЕТ ВИДАНЬ

Останні десятиліття відзначилися стрімким розвитком інформаційного суспільства, у якому інформація і знання існують в єдиному інформаційному просторі та складають першочергове надбання певної культури. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології працюють з інформацією в цифровій формі, тому для позначення «інформаційного суспільства» використовується синонімічний термін «цифрове суспільство». Головним знаряддям «нового суспільства» є мережа Інтернет. Так звана всевітня павутина становить фізичну основу для розміщення величезної кількості інформаційних ресурсів і послуг. Ще вчора більшість видань мали вузький формат у викладі певної інформації до читача, а вже сьогодні мають гнучку альтернативну систему у вигляді Інтернет видання, доступнішого для більшої кількості охочих у різних куточках світу. Тому не дивно, що «цифрові» видавці спостерігають за попитом, що стрімко зростає до їх продукції. Але, виходячи з усього вищезазначеного, треба вказати на наявні негативні сторони такої інформаційної активності у мережі Інтернет, у контексті розгляду українських Інтернет-ресурсів.

В Інтернеті спілкування здійснюється здебільшого за допомогою писемних текстів. Усна розмовна мова має тут тільки писемну фіксацію, тобто усність, як одна з характерних ознак розмовного стилю в Інтернеті,

зводиться до писемної форми. При цьому заміщені одиниці писемного тексту вбирають певні функції компонентів усної мови. Отже, письмова форма розмовного стилю в її комп'ютерному різновиді виконує такі функції: при створенні письмового тексту – функцію відтворення вимови, при сприйманні (читанні) – функцію аудіювання. Тому в Інтернеті можна брати на себе і відігравати будь-яку роль, при цьому не треба відповідати за свої віртуальні вчинки, але ж усе це вимагає відповідних лексичних, граматичних і синтаксичних мовних засобів.

Інтернет є місцем спілкування, де використовують й невербальні засоби (малюнки, відеозображення). Така комунікативна ситуація підтверджує думку про те, що сучасна епоха – синтез людини, «яка слухає», і людини, «яка дивиться».

Електронні ЗМІ – це «комунікативна революція», особливість якої – вплив на всі органи чуття людини, а не лише на слухові чи зорові, як це було досі. Формується інше ставлення до вимог дотримання певного рівня грамотності, точніше, спостерігаємо загальну тенденцію зниження рівня орфографічних стандартів. У нових умовах комунікації по-іншому сприймається текст, змінюються оцінки створення вербального тексту.

Підсумовуючи викладене, можна відзначити нове мовне явище – Інтернет-стиль, бо він є синтезом окремих рис розмовного, офіційно-ділового, наукового, художнього, публіцистичного стилів. Навіть попри існування у певного ЗМІ декількох видань (у мережі Інтернет та форма друкованої продукції) стилістична спрямованість цих прикладів буде цілком відрізнятися. Крім того, в мережі відсутня різниця між усним і письмовим мовленням. В Інтернет виданнях зміщується усне і письмове мовлення, стирається межа між діалогом і монологом, а певна присутня емоційна забарвленість робить Інтернет видання актуальним та цікавим для загальної аудиторії.

Вишелеська О.

ХДАДМ

ПРИНЦИПИ СТВОРЕННЯ ЯКІСНОЇ ІНФОГРАФІКИ