

ІНТЕРНЕТ – ОСНОВНИЙ ЗАСІБ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ СУЧАСНОСТІ

Інтернет став одним із засобів поширення інформації для масового споживача. Сьогодні мовці ототожнюють його із засобом масової інформації. І справді, Інтернет виконує функцію масового інформування. Адже сучасний Інтернет – це поєднання усіх традиційних ЗМІ. Тут є і радіомовлення (адже через Інтернет транслюють радіопередачі), телебачення (в Інтернеті широко представлені телевізійні канали, преса (друковані електронні видання паралельно розміщують свої сторінки й у електронному вигляді в Мережі). Проте зауважимо, що в Інтернеті закладено значно ширші можливості, ніж ті, які покладено як засіб масової інформації. За допомогою Інтернету кожен окремий користувач може спілкуватися з іншим користувачем, тобто відбувається міжособистісне спілкування між людьми. Вказана функція не має ознак звернення до масової аудиторії, властивих ЗМІ. Тобто Інтернет, окрім того, що виконує через різні електронні видання функції, покладені на ЗМІ, має у своєму арсеналі велику кількість засобів, які не пов'язані зі швидким передаванням і масовим тиражуванням словесної, образної і музичної інформації. Як стверджує С. Чемеркін: «Уся діяльність, яка здійснюється в Інтернеті, – це процес комунікації: по-перше, комунікація електронного видання з масовою аудиторією (як і в традиційних ЗМІ), по-друге, комунікація однієї людини з іншою через комп'ютер. Завдяки такій специфіці Інтернету Всесвітню мережу називають *засобом масової комунікації*. Це засіб, що має широкі комунікативні можливості, тому й забезпечує нові потенції сучасних ЗМІ» [1, с. 101].

Сьогодні процес комунікації вийшов на новий рівень. До появи ЗМІ комунікацію можна було уявити як модель «один для одного», тобто інформація передавалась від «однієї людини до другої». З появою газет, а згодом радіо, телебачення рівень комунікації набув ознак масовості, оскільки тепер спілкування здійснювалося і за моделлю «один для всіх», тобто «спілкування» з усіма. Сьогоднішня комунікативна модель набула форми «всіх для всіх», тобто кожен може донести інформацію до всіх. Ця модель виникла завдяки мережі Інтернет, де кожна людина може спілкуватися з широкою аудиторією. Такий механізм, тобто наявність можливості впливу чи вираження своєї думки реципієнтам інформації (слухачами, глядачами, читачами), надає засобам масової інформації інших комунікативних функцій (відповідні ЗМІ в соціології називають засобами масової комунікації). «Цей високий рівень комунікативних можливостей, – розмірковує далі С. Чемеркін, – не може продемонструвати жоден із засобів масової інформації – газета, радіо, телебачення» [1, с. 104]. Тобто Інтернет значно розширив межі комунікативного акту, властивого традиційним ЗМІ. Це ще раз вказує на те, що в основі Всесвітньої мережі лежить комунікативна природа, а відповідно, Інтернет – основний засіб масової комунікації сучасності.

Останнім часом постало питання про написання в українській мові слова *Інтернет*. Сьогодні існують різні думки щодо написання першої літери в цьому слові – великої чи малої. Адже проблема написання слова *Інтернет* актуальна не лише для української мови. Зокрема, вона гостро постала в англомовному середовищі. Так, в 1986 році в Оксфордському словнику англійської мови вперше було вжито написання слова *Internet* з великої літери. До того часу в мовній практиці вживалася як велика, так і мала буква. А вже до кінця 1990 року практично всі видання вживали велику літеру. Однак з часом ситуація стала змінюватись. У Великобританії частина основних періодичних видань («Дейлі Телеграф», «Індепендент», «Гардіан») почали писати це слово з малої літери, мотивуючи це тим, що змінилося суспільне сприйняття Інтернету. Люди більше не ідентифікують себе з інтернет-користувачами, вони просто послуговуються ще одними засобом комунікації – як телефон, пошта тощо. Ця зміна хоч і незначна в правописі, проте вона стала культурним маркером зрушенням в суспільному сприйнятті й ознакою того, що Інтернет органічно вжився в соціальне середовище. Використання такого факту, як написання слова *internet* з малої літери потужними медіагігантами, можна спроектувати й на нашу дійсність.

Сучасна норма, як відомо, формується під впливом мовної практики, а критерієм становлення стандарту стають взірці певної мовної практики. Як зазначає С. Єрмоленко, сьогодні не можна беззастережно приймати точку зору про те, що взірці мовно-художньої практики є критерієм становлення мовно-літературної норми. Основну роль стали відігравати зразки із медійних, публіцистичних текстів. Тому мова засобів масової інформації в сучасних умовах набуває неабиякого впливу при формуванні норми. Проблема норми загострюється й тим, що через демократизацію різних процесів (зокрема й лінгвістичних), викликаних глобалізацією сучасного світу, питання дотримання і формування літературного стандарту теж зазнає змін. У такі часи покликатися на авторитети надзвичайно складно, тому, ймовірно, варто йти декларативним шляхом. Тоді, виходячи з правил елементарної логіки, формування літературного стандарту повинна здійснювати наукова установа. І таких установ в Україні багато. Проте найбільш значущою установою є Інститут української мови НАН України, відповідно останнє слово у прийнятті рішення щодо визначення і літературного стандарту повинно належати йому. Тому найвищій інституції з дослідження цієї проблеми знову доведеться вирішувати це питання, а наразі слово *Інтернет* пишемо з великої літери.

Література

1. Чемеркін С. Чи є Інтернет засобом масової інформації? – Культура слова. – Вип. 71, 2009. С. 101-104.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>