**Галина Таловиря**

**кандидат педагогічних наук, доцент**

**м. Полтава**

**ОСОБЛИВОСТІ ТИПОВОГО ТЕКСТОВОГО ПОВІДОМЛЕННЯ**

**СУЧАСНИХ ІНТЕРНЕТ-ДЖЕРЕЛ**

Мовне спілкування є однією з форм людської діяльності. Зі структурою діяльності взагалі, діяльності спілкування (знакової і незнакової взаємодії) і комунікації (спілкування, опосередкованого знаками) його поєднує наявність таких елементів, як суб’єкт і об’єкт діяльності (або суб’єкти, які взаємодіють), мета, засоби і способи, що використовуються, передбачуваний результат, доречність дії у цій ситуації, наявність чи відсутність успіху [1, c. 79].

У тестовому спілкуванні як одному з основних видів спілкування контактують в принципі два суб’єкта зі своїми комунікативними ролями – Той, хто пише, і Той, хто читає. У більш загальному плані це ролі Того, хто надсилає повідомлення, тобто Адресанта або Продуцента, та Отримувача повідомлення, тобто Адресата або Реципієнта [2, c. 15].

Той, хто пише повідомлення, створює своє комунікативно – прагматичне поле, центром якого він і є, позначаючи себе словом Я або словом Ми, якщо текст створюється від імені групи людей. Він або вони теж виділяють когось на роль адресата повідомлення, тобто свого Читача, позначаючи його словом Ти / Ви, або, як часто роблять інтернет – ресурси, не звертаючись до нього напряму, але маючи адресата на увазі протягом усього повідомлення.

В сучасних текстових інтернет – джерелах спостерігається дві однаково потужні тенденції щодо ролі того, хто створює текст. З одного боку, це стандартна модель, так званого применшення ролі адресанта, якої дотримуються більшість інформаційних інтернет - сайтів та профілів у соціальних мережах, що повідомляють новини, наприклад, BBC: *Our reporters have spoken…*[3]. Найвищий ступінь деперсоналізації втілюється за допомогою прямої констатації фактів без згадки того, хто пише повідомлення, взагалі: *The UK is hosting a summit aimed at bringing climate change under control* [4].

Інша загальна тенденція - це, навпаки, активне позиціонування особистості адресанта у тексті у вигляді постійного використання займенників Ми: *We are joined for today`s life coverage …..*[3] або Я: *In the many years I`ve worked there ….*[5], таким чином, наголошуючи на особистості адресанта.

У текстових повідомленнях втрачає свою актуальність такий дейктичний знак, як Зараз. Між створенням тексту і часом його прийому обов’язково спостерігається розрив, навіть мінімальний. А завдяки тому, що текстові повідомлення в інтернет-джерелах зберігаються іноді роками, відстань між продукуванням і перцепцією тексту може бути необмеженою. Іноді часовий інтервал може бути настільки великим, що текст стає для нас історичною пам’яткою.

Для текстових інтернет – джерел надзвичайно показовим є незбіг місця звершення письмового акту і місце отримання тексту адресатом. Власне використання інтернет – технологій для поширення текстового повідомлення, найперше, має на меті створення якомога більшого комунікативно – прагматичного поля.

Не будь-яке текстове інтернет-повідомлення може бути трансформоване в усне завдяки використанню прикріплених фото, рисунків, таблиць та покликань, що спрямоване на візуальне, а не на аудіосприйняття.

Фактор адресата дуже важливий для тестового повідомлення, оскільки він спонукає того, хто пише, до вибору певних мовних знаків, а також знаків інших комунікативних кодів та визначеного стиля подачі інформації.

У текстове повідомлення можуть буду залучені сторонні читачі, які не є першопочатковими адресатами повідомлення, тому автор письмового повідомлення так або інакше враховує їхню наявність. Особливістю текстових інтернет-повідомлень є те, що дуже часто більше частина людей, які його бачать, не є основними адресатами створеного тексту, наприклад, побачили його завдяки рекламі і зацікавилися власне повідомленням. Тому більшість текстів створюються з метою привернення якнайбільшої кількості читачів з подальшим перетворенням їх на першопочаткових адресатів текстів, представлених на певному сайті чи профілі у соціальній мережі.

Отже, текстове повідомлення сучасних інтернет – джерел має свої визначені особливості такі, як: наявність часової відстані між створенням повідомлення адресантом і його отриманням адресатом, нівелювання ролі автора тексту або, навпаки, його уособлення і підкреслення, широке комунікативно – прагматичне поле, розмитість образу адресанта, що спричинює використання визначеного стилю письма для зацікавлення якомога більшої аудиторії.

*Джерела та література*

1. Сусов И. П. Лингвистическая прагматика. Винница: Нова кныга, 2009. 271 с.

2. Brown Gillian, Yule George Discourse Analysis. Cambridge, 1986. 316 p.

3. Greta Thunberg to Join Thousands at Youth Climate March: <https://www.bbc.com/news/live/world-59155537> (дата звернення: 5.11.2021)

4. COP26: What is the Glasgow Climate Conference and Why is it Important?: <https://www.bbc.com/news/science-environment-56901261> (дата звернення: 5.11.2021)

5. A Love Letter to Kabul by Lyse Doucet: <https://www.bbc.co.uk/news/extra/OAQ9wAGSeh/a-love-letter-to-kabul> (дата звернення: 5.11.2021)