

Установлено, що в журналі «GLAMOUR» продвиження книжної продукції здійснюється путем привертання уваги до книг з допомогою звернення до зірки, редакційного рекламного повідомлення, супроводження реклами одягу, духів отрывками з художественних творів, ексклюзивної публікації отрывка з нової книги. В розглянутих матеріалах немає вказівки на видавництво або книжний магазин, як в інших жіночих журналах, до яких будуть присвячені далішні дослідження.

Ключові слова: продвиження книжної продукції, жіночий журнал, книга, «GLAMOUR».

УДК 070:811.161.2373.43

Блинова Н. М.,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри видавничої справи та міжкультурної комунікації факультету систем і засобів масової комунікації Дніпропетровського національного університету ім. Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ

РЕДАКЦІЙНО-ВИДАВНИЧЕ ОПРАЦЮВАННЯ ЗАПОЗИЧЕНЬ У МОВІ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ (НА ПРИКЛАДІ ЛЕКСИКИ ЗІ СФЕРИ МАС-МЕДІА ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ)

Розглядаються лексичні інновації у мові українських Інтернет-ЗМІ з листопада 2013 до травня 2014 р. Увагу зосереджено на новозапозиченій лексиці, що побутує у сфері мас-медіа та соціальних мережах. Проаналізовано особливості редакційного опрацювання такої лексики. Виявлено, що далеко не всі лексеми такого роду на сьогодні мають лексикографічну фіксацію, а вживання цієї лексики не завжди виправдане потребами тексту. Більш того, редакції багатьох інтернет-ЗМІ принципово не дають тлумачення чи хоча б пояснення значень вживаних неологізмів, що є порушенням правил коригування. Відповідно, вважаємо, що інноваційна лексика вживається з настановою на створення ефекту експресивності та, на думку редакцій, повинна свідчити про значний лексичний запас і, як наслідок, — професіоналізм журналіста. Потреби читачів в отриманні якісної та зрозумілої інформації враховуються далеко не завжди.

Ключові слова: лексема, неологізм, мережеві видання, інтернет-ресурс, мова інтернет-ЗМІ, редагування.

Лексичні інновації у мові мережевих ЗМК є предметом постійного наукового інтересу і російських, і українських дослідників. Значні зусилля

докладаються і до вивчення технічної та комп'ютерної лексики. Наприклад, темою кандидатської дисертації О. О. Кармизової є комп'ютерна лексика, її структура та розвиток [11], М.С. Лукіної — комп'ютерна лексика та її функціональні еквіваленти у російській та французькій мовах [13]. Запорізькі науковці Е. Балюта і С. Єнікєєва дають лінгвістичну характеристику комп'ютерної терміносистеми англійської мови [2]. С. Федушко та І. Щур розглядають комп'ютерний жаргон на прикладі українських реалій, подаючи тлумачення лексичних одиниць, пов'язаних з означеною тематичною групою [26; 28].

Про редагування у мережевих ЗМІ детально йдеться у підручнику Р. Крейга [12], який зауважує: «Величезний відсоток матеріалу розміщується у мережі швидко і без особливої турботи щодо можливості його читати. Це призводить до ряду проблем, найочевидніша з яких та, що це може створити безсловесне середовище, в якому складні думки не оцінені, не винагороджені і не висловлені. Втім, можливо, важливіше те, що таке недбале писання практично просить, щоб його неправильно витлумачили [12, с. 167]. Також про особливості редагування мережевих ресурсів згадано й у роботі Б. Потятиника [18].

Постановка проблеми. Таким чином, і новозапозичена лексика, методи та прийоми її редагування в інтернет-ЗМІ досить активно вивчаються, але досліджень, у яких лексика зі сфери мас-медіа та соціальних мереж розглядалася б у функціональному аспекті, як така, що активно побутує у мові інтернет-видань, нами знайдено не було. Відповідно, поки що не здобули висвітлення й особливості редакторського і коректорського опрацювання лексем, які побутують у сфері мас-медіа та соціальних мереж. Це і визначає актуальність і наукову новизну цієї розвідки. Метою роботи є визначити, які запозичення вживаються у мові вітчизняних інтернет-ресурсів, проаналізувати рівень їх редакторського опрацювання. Об'єктом її є інтернет-видання українського сектору, предметом — функціонування запозиченої лексики означених тематичних груп у мережевих ЗМІ, особливості їх редакційно-видавничого опрацювання.

Мова українського сегмента інтернет-видань нами досліджувалася з листопада 2013 до травня 2014 року. Фундаментом роботи стали як російськомовні, так і україномовні інтернет-видання: argumentua.com, internews.ua, from-ua.com, lux.fm, polemika.com.ua, segodnya.ua, sostav.ua, spilno.tv, telekritika.ua.

Результати. За означений період нами було виявлено кілька лексем-неологізмів, що стосуються реалій масовокомунікаційної діяльності. Наприклад, у назві матеріалу «Інтерньюз-Україна проводить *баркемп* «Нові медіа для громадських ініціатив» залучено запозичену лексему *баркемп*, що неодноразово далі зустрічається у тексті [10]. При цьому значення слова не здобуло жодного

пояснення редакції. Крім того, у наступних абзацах зустрічаємо: «Заявки на участь у *баркемпі* можуть подавати: усі охочі громадські активісти, журналісти, *блогери*, учасники та аплікати навчань проекту «Нові медіа для потреб та співпраці НУО малих міст України». Тобто спостерігаємо нагромадження запозиченої лексики, використання якої, на наш погляд, аж ніяк не виправдане потребами викладу. І далі у цьому ж оголошенні: «Доповіді будуть присвячені: *Краудфандінгу* — залучення фінансування на роботу організації...», де запозичення пояснюється. Відповідно, працівники редакції порушують одне з важливих правил коригування — вимогу уніфікації, тобто усі новозапозичені лексеми мали б бути пояснені читачеві. Проте з огляду на відсутність тлумачення, зацікавлений читач має звертатися до довідкових джерел, щоб зробити матеріал зрозумілішим для себе. Відповідно, мережева енциклопедія подає таке пояснення: «Назва *«баркемп»* походить від події, яку організовував знаменитий Тім О'Рейлі для своїх знайомих, — foobar. Перший *баркемп* в Україні відбувся у жовтні 2007 р. і був присвячений блогам та новим медіа, звідки й назва Блогкемп. Однією з найголовніших рис *баркемпів* в усьому світі є те, що, незважаючи на наявність ініціативної групи, більшість роботи з організації події беруть на себе самі учасники. Зазвичай для організації використовується онлайн-ресурс, на якому встановлюється wiki для обговорення усіх нагальних питань — від програми до організації проїзду тощо. Участь у *баркемпах*, як правило, безкоштовна, а організатори покладаються на спонсорську допомогу — від приміщення та доступу до інтернет до їжі та напоїв. Кількість учасників обмежується лише приміщенням, де проводиться *баркемп* [4].

Ще однією лексемою, яку можна віднести до сфери масової комунікації, є пранк, яку ми знайшли у назві статті «Разговор *пранкера* с начальником ГАИ Украины о «золотых визитках» заблокировали в Youtube» [20]. Як і в попередньому випадку, редакція інтернет-ресурсу не завдає собі клопоту пояснити користувачеві значення цієї лексеми. Відповідно, маємо знову ж таки звернутися до довідкових джерел. Причому, українська версія мережевої енциклопедії, на жаль, не містить потрібної статті. З огляду на це, доводиться вдаватися до послуг російськомовної, де подано таку інформацію: «Пранк (від англ. prank — проказа, витівка; жарт) — телефоне хуліганство, телефонний розіграш. Люди, що практикують пранк, називаються *пранкерами*. *Пранкери* роблять телефонні дзвінки (зазвичай анонімні) своїм жертвам і шляхом провокацій та жартів змушують жертву демонструвати яскраву реакцію у відповідь [тут і далі переклад наш. — Н. Б.] [19]. Деякий подив викликає вживання запозичення у випадку наявності україномовного відповідника. У тексті ж матеріалу лексема *пранкер* пояснюється евфемістичним зворотом

«телефонний жартівник», хоча у юриспруденції це явище трактується як «телефонне хуліганство» і є різновидом дрібного хуліганства. Відповідно, редакція, на наш погляд, дещо підмінює поняття, пом'якшуючи «хуліганство» «жартом».

Наступним прикладом функціонування новозапозиченої лексики у текстах українських інтернет-медіа є стрим, стример. Так, назва статті «На роботу як на... службу. Як *стрімери* готуються до своїх трансляцій» [17]. У зазначеному випадку читач змушений зі змісту довжелезного матеріалу здогадатись, що ж, власне, приховане за не поясненою і написаною всупереч правилам українського правопису лексею. Редакція ж покладається або на «просунутість» читача у галузі неасимільованої лексики, або на його дослідницькі здібності. Благо, користування довідковими ресурсами мережі вільне. Якщо ж взяти до уваги, що в україномовній «Вікіпедії» статті «Стрим, стример» відсутні, то раціонально було б не обтяжувати читача пошуковими роботами і хоча б парюю слів пояснити це нове явище масовокомунікаційної діяльності. Тож, «Стример — журналіст, котрий без допомоги оператора, самостійно веде телетрансляцію (а іноді й коментує її)» [24].

Наступний приклад — «Розклад *стрімів* (online трансляцій)», «У середу, 9 квітня, Спільнобачення *стрімить* (показує наживо)» [21] — свідчить про нехтування редакцією значенням неасимільованої лексеми та, як не прикро, правилами українського правопису. Адже виходячи з поданого в енциклопедії тлумачення, стрим — це не просто онлайн-трансляція або прямий репортаж, як визначає цей термін редакція, а особливий вид репортажу, який фільмується однією особою-репортером. У наданих поясненнях цей важливий аспект технології проведення репортажу взагалі не згаданий, хоча безпосередньо впливає на якість стрим-матеріалу. Коректна форма «стрімить» має закріплену семантику (рос. — «торчит»).

Російськомовний сегмент українського інтернету також рясніє прикладами специфічного редакторського опрацювання неасимільованих запозичень.

Так, досить значного поширення набула лексема *селфішот* та її розмовний варіант *селфі*, що тлумачаться таким чином: «Селфі (англ. Selfie; від англ. self — сам, само) — вид фотографії, автопортрет, зроблений за допомогою камери смартфона чи веб-камери. Може бути зроблений фотографуванням як власного зображення, так і його відображення у дзеркалі. Часто користувачі одразу завантажують селфі на власні сторінки у соціальних мережах» [22].

Розглянемо приклади: «Мимимишные кошачьи „селфи“», «Коты делали селфи задолго до того, как это стало мейнстримом», «Такие „селфишоты“, когда человек делает собственное фото телефоном в вытянутой руке, распространились вместе с соцсетями и смартфонами с более-менее качественными

камерами», «Ответом на однотипные „селфишоты” людей стали „селфишоты” домашних животных в типичной позе «вытянутая рука, креативное выражение лица» и типичном „небрежном” ракурсе. И как раз „селфи” котов уже несколько лет являются популярным *мемом*» [15]. У даному випадку редакція вважає за потрібне надати пояснення читачеві безпосередньо у тексті. Проте інша лексема, мем, так і залишилась без тлумачення. Відповідно, знову спостерігаємо порушення правила уніфікованості. Аналогічний підхід і в наступному прикладі: «„Селфи” за рулем: у молодежи появилось новое опасное пристрастие. Пристрастие молодых водителей к фотографированию самих себя на смартфоны начало принимать опасные формы». «Авторы исследования отмечают, что с 2010 года на сайты социальных сетей было загружено свыше 10 тысяч „селфи”, сделанных во время вождения. Кроме того, опасения исследователей вызвали некоторые *хэштеги*, которыми помечают „селфи”: #bored («скучно»), #dangerous («опасно»), #LuckyWeDidntCrash («мы удачливы и не разобьемся») и #LookMeNoHands («смотрите, я еду без рук») [23]. Зауважимо, що означені приклади взято з одного ресурсу, тож не дивно, що і методика роботи з новими запозиченнями одна й та сама: ключове слово пояснене, а ще одне, наявне у тексті, не розрахованому на фахівця у галузі електронних технологій, свого тлумачення не здобуває. Відповідно, в останньому прикладі, вживаючи лексему хештег, тобто «Хештег або Гештег (англ. Hashtag, hash — символ решітки) — слово або фраза, яким передує символ «#». Користувачі можуть об’єднувати групу повідомлень за темою або типом з використанням хештегів — слів або фраз, які починаються з # [27], редакція також сподівається на допитливість користувача.

У назві «Мимимишные кошачьи „селфи”» також вживається жаргонізм мимимишний, що є синонімом лексеми *няшний*, наприклад, «няшные встречи Порошенко с Байденом лучшее тому подтверждение» [6]. Обидві лексеми походять з японської мови, є складовою термінів і понять манги та аніме, утворені від слова ня, що перекладається як няв. Існує іменник няка, прикметник няшний та привітання «няк!» [16]. В українській та російській мовах вживається у значеннях «гарненький», «приємний» (в розм. варіанті «цяця», «киця»).

Ще один приклад функціонування та редакційного опрацювання слова селфі: «Любителям *селфи* больше не придется брать в руки смартфон. ... Компания Istrategylabs представила гаджет, который наверняка приглянется любителям фотографировать себя перед зеркалом. Авторы назвали устройство S.E.L.F.I.E. (The Self Enhancing Live Feed Image Engine). Теперь, чтобы снять утреннее „селфи”, не придется использовать смартфон» [14]. У тексті читач знаходить пояснення неасимільованого запозичення.

А от у наступному випадку — «Звезды массово делают „селфи” своих пятых точек» [9] — редакцією не було надано користувачеві такої можливості.

Надзвичайно поширеними у мові інтернет-ЗМІ є жаргонні лексеми, що побутують у соціальних мережах, наприклад: *бан*, *банити*, *бот*, *лічка*, *фоловер*, *акаунт*, *мас-фоловінг*, *фолоубек*, *зафоловити*, *зафоловлений*, *фоловінг*, *твіт*, *ретвіт*, *твітнути*, *сошлмедиа*, які надто примхливо об'єднуються у тексті одна з одною та іншими словами, причому переважно таким чином, що людина, далека від масової комунікації, ІТ-технологій та соцмереж, взагалі не може зрозуміти, про що йдеться.

Можливо, хтось заперечить стосовно наявності читачів, не знайомих із термінологією та арго соцмереж. На це можемо зауважити, що подані нижче приклади взято з джерел, що не мають до останніх стосунку. Відповідно, така категорія користувачів тут можлива зі значною мірою вірогідності, тож враховувати її інтереси в отриманні, як мінімум, зрозумілих матеріалів, було б, на наш погляд, зовсім не зайвим. Розрахунок же на *sapientī sat* (розумному досить — лат.) не завжди є виправданим, як нам здається.

Тож звернемось до прикладів: «Ще тиждень тому обидва політики мали по 13 тис *фоловерів* ...», «За його словами, „обидвох політиків *фоловили ті ж боти*, за допомогою яких накручували кількість *фоловерів* у Медведчука...”» [28], «Думай, прежде чем *фолловить*», «Конечно, это мелочи для профиля, который *фолловит* 368 тысяч других аккаунтов...», «*Зафолловить* кого-то в твиттере — это как нажать «Мне нравится». Своим действием вы одобряете *зафолловленный* аккаунт бренда или человека». «Проверьте свой список *фолловингов* прямо сейчас», «Если уж вы решили вступить на скользкую тропинку *массфолловинга*, то помните: всегда проверяйте список тех, на кого подписываетесь. Наверное, чисто российскому бренду будет не интересно получить в *фолловеры* гражданина Нигерии. Кстати, подписываться на других *массфолловеров*, пожалуй, не стоит...», «И отдельно стоит выделить *ботов*: наверное, есть смысл не только не подписываться на них, но и *банить* из *фолловеров*», «Перед *фолловингом* проверьте, не *бот* ли перед вами: яйцо на аватарке, в био ключевые слова и *хештеги* #followback, ноль *фолловеров* и куча *ретвитов* или *твитов* со странными ссылками — такие аккаунты точно нужно избегать или даже блокировать. Побудьте занудой: перед *фолловингом* подумайте о том, нужен ли вам конкретно этот человек, и если нужен, то зачем», «Не стоит бездумно делать *фоллоубек* абсолютно всем своим *фолловерам*, тем более нельзя этого делать автоматически с помощью сторонних сервисов», «Не стоит забывать, что *массфолловеры* иногда бывают кидалами. Набрал 20–30 тысяч *фолловеров*, они отписываются от

всех», «И, да. Если человек называет себя экспертом в *social media*, а сам *фолловит* в *твиттере* 50 тысяч *аккаунтов*, то, наверное, он не такой уж и эксперт» [8]. Таким чином, терміни *фоловер* та *фоловити* мають такі значення: Фоловити (англ. Follow, слідкувати, стежити) — бути підписаним на стрічку одного з користувачів Твіттера.

Фоловер (англ. Follower, той, хто слідує, послідовник) — користувач твіттера, що стежить за чієюсь стрічкою, підписаний на неї [25]. У наступному прикладі, взятому з цього ж матеріалу — «...в погоні за популярністю усилено проповедує *массфолловинг* и *фоллоубек*, то есть подписывается на множество аккаунтов в надежде, что они подпишутся в ответ» — запозичення належно пояснені. Відповідно, викликає запитання критерій, за яким редакція визначає, які ж із запозичень слід розтлумачити, а які — ні.

Також означені приклади демонструють вживання лексем *twim* і *retwim*. Перше — це повідомлення у твіттері довжиною до 140 символів, друге — відповідь на нього. З огляду на те, що ця мережа має досить тривалу історію функціонування (як для інтернету), то користувачі, скоріше за все, вже мають орієнтуватися у значеннях цих слів. Те саме, як на нашу думку, стосується і лексеми *акаунт* (*екаунт*), запит на котру вільна енциклопедія перенаправляє на сторінку «обліковий запис», що тлумачиться як: «сукупність наданої інформації про користувача, засобів та прав користувача відносно багатокористувачької системи. Обліковий запис, як правило, містить відомості, необхідні для ідентифікації користувача при підключенні до системи, інформацію для авторизації і обліку. Це ім'я користувача та пароль (або інший аналогічний засіб автентифікації — наприклад, біометричні характеристики). Пароль або його аналог, як правило, зберігається в зашифрованому або хешованому вигляді (з міркувань безпеки). Для підвищення надійності можуть бути, поряд з паролем, передбачені альтернативні засоби автентифікації: наприклад, спеціальне секретне питання (або кілька питань) такого змісту, щоб відповідь була відома тільки користувачеві. Такі питання й відповіді також зберігаються в обліковому записі. Обліковий запис може містити також додаткові анкетні дані користувача (обов'язково чи опціонально): ім'я, прізвище, по батькові, псевдонім, стать, вік, дату народження, адресу e-mail, домашню і робочу адреси, номер домашнього, робочого та стільникового телефону, номер ICQ, ідентифікатор Skype, інші контактні дані систем миттєвого обміну повідомленнями, адресу домашньої сторінки та/або блогу в Павутині або інтернеті, відомості про хобі, коло інтересів, сім'ю, перенесені хвороби, політичні уподобання, партійну приналежність, культурні уподобання, вміння спілкуватися іноземними мовами тощо. Обліковий запис може також містити одну або декілька фотографій або аватар користувача» [1].

Зауважимо, однак, що неологізми розглянутої групи потроху асимілюються, про що свідчить утворення похідних, наприклад, дієслів з явно розмовним забарвленням «зафоловити», «стримити».

Наступний приклад: «Глава Днепропетровского облсовета рассказал, почему *не банит ботов*», Евгений Удод считает, что боты зарабатывают деньги, Как написал Евгений Удод на своей странице в Facebook, боты — это «проблемные» люди. «*В личку* все чаще стали писать с предложением *банить ботов*» [7]. Черговий раз звернемося до енциклопедії: «Робот або бот, а також інтернет-бот, www-бот тощо (англ. bot, скор. від англ. robot) — спеціальна програма, що виконує автоматично і/або за заданим розкладом які-небудь дії через ті ж інтерфейси, що й звичайний користувач [5] та «Бан (англ. ban, /bæn/ — забороняти, оголошувати поза законом) — один з прийнятих в інтернеті способів контролю за діями користувачів. Як правило, бан полягає в обмеженні певних прав користувача (на створення/відправлення нових повідомлень або створення нових тем на веб-форумі, на відправлення повідомлень в чаті, на коментування в блогах та ін.) [3].

Відповідно, спостерігаємо зміну значення слова бот, оскільки у тексті йдеться не про автоматичні програми, а про живих користувачів. Тобто, відбувається антропоморфізація.

Висновки. Нами було розглянуто лише кілька випадків функціонування запозичень у лексиці інтернет-ЗМІ, оскільки обсяг статті не дозволяє зробити це більш детально. Зауважимо, що проблема редакційно-видавничого опрацювання лексики, що побутує у мас-медіа, і тієї, що стосується соціальних мереж, — надзвичайно важлива: неасимільовані запозичення усіх шарів лексики і різноманітних тематичних груп потребують належного опрацювання, тлумачення, вживання у питомих значеннях і за умови відсутності українських відповідників. Дотримання усталених десятиліттями і таких, що позитивно зарекомендували себе, правил редакційно-видавничої обробки матеріалів мас-медіа — запорука збереження іміджу ЗМК як серйозного ресурсу і — в перспективі — підвищення грамотності користувачів, що особливо актуально у часи розвитку т.зв. громадської журналістики, коли нефакхівці у галузі масової комунікації друкують власні матеріали, які рясніють різноманітними мовними аномативами, що нівелює якісний рівень і своїх матеріалів, і видання в цілому. Тому очевидно, що належне редагування мережевих ЗМІ має велике соціальне значення. З огляду на швидкість запозичення й асимілювання іншомовної лексики, її колосальний кількісний склад, поширення у мові ЗМІ, у тому числі й мережевих, не викликає сумнівів, що вона має активно досліджуватися і здобувати належне редакційно-видавниче опрацювання, що здається нам чи не єдиним шляхом поліпшення якості вітчизняних ЗМІ.

Література:

1. *Акаунт* / Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Акаунт>.
2. *Балюта Е. Г., Снікеєва С. М.* Лінгвістична характеристика комп'ютерної терміно-системи англійської мови / Е. Балюта, С. Снікеєва // Вісник Запорізького державного університету. — 2001. — № 3 — С. 56–63.
3. *Бан* / Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Бан>.
4. *Баркемп* / Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Баркемп>.
5. *Бот* / Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Бот_\(програма\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/Бот_(програма)).
6. *Булава* полураспада. Закат епохи Тимошенко. / Режим доступу : <http://polemika.com.ua/article-145899.html>.
7. *Глава* Днепропетровского облсовета рассказал, почему не банит ботов / Режим доступа: <http://www.segodnya.ua/regions/dnepr/glava-dnepropetrovskogo-oblsoveta-rasskazal-pochemu-ne-banit-botov-511343.html>.
8. *Думай*, прежде чем фолловить / Режим доступа : <http://sostav.ua/publication/dumaj-prezhde-chem-follovit-58293.html>.
9. *Звезды* массово делают «селфи» своих пятых точек / Режим доступа : <http://lux.fm/news/newsAction!showForm.do?id=26648#begin>.
10. *Интерьюз*-Україна проводить баркемп «Нові медіа для громадських ініціатив» / Режим доступу : <http://internews.ua/2013/11/new-media-ngo-barcamp>.
11. *Кармызова О. А.* Компьютерная лексика: структура и развитие / О. Кармызова. — Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.19 — теория языка. — Воронеж, 2003. — 16 с. — Режим доступа : <http://cheloveknauka.com/kompyuternaya-leksika#ixzz2RCbCtC32>.
12. *Крейг Р.* Интернет-журналистика: работа журналиста і редактора у нових ЗМІ / Ричард Крейг; пер. з англ. А. Іщенка. — К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». — 2007. — 324 с.
13. *Лукина М. С.* Компьютерная лексика и ее функциональные эквиваленты в русском и французском языках / Марина Лукина. Автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.20 — Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание. — Чебоксары, 2010 — 16 с. — Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/kompyuternaya-leksika-ii-ee-funktionalnye-ekvivalenty-v-russkom-i-frantsuzskom-yazykakh#ixzz2RBsRAZLf>.
14. *Любителям* селфи больше не придется брать в руки смартфон / Режим доступа : <http://from-ua.com/news/fc8079fc435e4.html>.
15. *Мимимишные* кошачьи «селфи» / Режим доступа : <http://from-ua.com/kio/61e86c2834098.html>.
16. *Мимимишный* / Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/w/index.php?search=%D0%BD%D1%8F%D1%88%D0%BD%D1%8B%D0%B9&title=%D0%A1%D0%BB%D1%83%D0%B6%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B0%D1%8F%3A%D0%9F%D0%BE%D0%B8%D1%81%D0%BA&go=%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8>.

17. *На роботу як на... службу. Як стрімери готуються до своїх трансляцій* / Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/profesija/2014-02-04/90075>.
18. *Потятиник Б.* Інтернет-журналістика : навч. посіб. / Борис Потятиник. — Львів : ПАІС, 2010. — 246 с.
19. *Пранкер* / Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Пранкер>.
20. *Разговор пранкера с начальником ГАИ Украины о «золотых визитках» заблокировали в Youtube* / Режим доступу : <http://argumentua.com/novosti/razgovor-prankera-s-nachalnikom-gai-ukrainy-o-zolotykh-vizitkakh-zablokirovali-v-youtube>.
21. *Розклад стрімів (online трансляцій)* / Режим доступу : <http://spilno.tv/ru/Блоги/Тэг/Книжковий%20Арсенал>.
22. *Селфі* / Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Селфі>.
23. *Селфі за рулем: у молодіжці появилось новое опасное пристрастие* / Режим доступа : <http://from-ua.com/news/a843ddd74a0bb.html>.
24. *Стример* / Режим доступу : [http://ru.wikipedia.org/wiki/Стример_\(значения\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Стример_(значения)).
25. *Твіттер* / Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Твіттер>.
26. *Федушко С.* Український комп'ютерний сленг / Соломія Федушко. — Режим доступу : <http://webstyletalk.net/node/5>.
27. *Хештег* / Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Хештег>.
28. *Щур І.* Особливості українського комп'ютерного жаргону / Ірина Щур // Рідна школа. — 2001. — № 3. — С. 10. Режим доступу : http://www.philology.kiev.ua/Lingur/art_16.htm.
29. *Яценюка та Луценка у соцмережах «читають» тисячі ботів* / Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/news/2013/11/6/7001561>.

УДК 7.097:37.017.4

Венидиктов С. В.,

*кандидат филологических наук,
заместитель начальника кафедры социально-гуманитарных дисциплин
Могилевского института Министерства внутренних дел Республики Беларусь*

ЭЛЕКТРОННЫЕ СМИ БЕЛАРУСИ В СИСТЕМЕ ОСНОВНЫХ КОМПОНЕНТОВ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

В статье проанализирована система СМИ Беларуси в качестве одного из основных компонентов формирования гражданского общества, исходя из специфики национального информационного пространства и особенностей аудитории. В работе исследуется деятельность медиаструктур при обеспечении ими коммуникационных