

Е. Г. Шкорубская, Таврическая Академия КФУ имени В. И. Вернадского

## ГИПЕРССЫЛКА КАК АРГУМЕНТ В ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ: ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Становление интернета как средства массовой коммуникации породило качественно новые требования к оценке достоверности информации. Для выяснения отношения пользователей интернета к получаемой информации нами был проведён пробный опрос с участием 185 респондентов [1]. На основании данных, полученных в результате исследования, удалось выявить те аргументативные средства, которые, по мнению пользователей, являются релевантными для подтверждения достоверности той или иной информации. Исходя из ответов на открытые вопросы, наиболее значимым из таких средств, согласно ответам пользователей, является наличие ссылок (гиперссылок). Наличие ссылок на источники и первоисточники является наиболее часто упоминаемым респондентами условием достоверности информации. В данном докладе предлагается более подробно рассмотреть прагматический аспект гиперссылки как аргумента и выделить те свойства, которыми должна обладать ссылка для того, чтобы убедить читателя в достоверности текста, представленного в сети Интернет.

Возможность в любой момент времени обратиться к любой информации в Сети задаёт новое требование к аргументации – необходимость постоянного «документального подтверждения». Недостаточно о чём-то просто сказать, необходимо предоставить ссылку на то, что эмпирически подтверждает сказанное. Однако избыток информации, возможность фабрикация практически любых данных и молниеносное распространение «фейковых» новостей приводят к тому, что у пользователя сети Интернет возникает потребность в критериях различения достоверной и недостоверной информации. Вследствие этого простого наличия ссылки на подтверждающие данные становится недостаточно – возникают определённые требования к качеству приводимых гиперссылок.

Прежде всего, ссылки оцениваются с точки зрения их корректности (возможность найти указанный источник) и проверяемости (возможность проверить, действительно ли он содержит ту информацию, которую должна подтвердить ссылка). По сути, требование наличия гиперссылок является вариацией правила обоснованности аргумента – посредством гиперссылки информация, представленная в тексте, подкрепляется данными, обоснованными вне данного текста. Отсутствие подобного рода ссылок, или же ссылки на подозрительные и непроверяемые источники, воспринимается пользователями как необоснованность текста в принципе и позволяет заключить о его недостоверности. Так, отсутствие ссылок на источник как признак недостоверности текста, указали 77,6% респондентов. То есть наличие ссылки является необходимым, но не достаточным критерием для убеждения читателя в достоверности информации.

В качестве сторонних ресурсов, ссылка на которые расценивается как обоснованный аргумент, пользователи выделяют следующие:

- первоисточники
- научные исследования
- «авторитетные источники»
- «достоверные источники»
- оригиналы документов
- официальные сайты различных ведомств.

Так как респонденты в основном не указывали, на основании чего определяется авторитетность и/или достоверность источника, можно предположить, что «авторитетность» носит, в основном, репутационный характер, а «достоверность»

следует из того, что источник ранее не был замечен в публикации ложной информации. Антонимом авторитетного и достоверного источника в данном случае является «сомнительный источник», с более явно определёнными качествами. Это ангажированность, «погоня за сенсациями», публикация фейков, большое количество рекламы и т.д.

Также следует упомянуть ещё один критерий убедительности информации, который непосредственно связан с аргументативным статусом гиперссылок. Многие респонденты в числе необходимых условий достоверности информации указали представленность информации в различных источниках, причём некоторые уточнили желательность различных позиций освещения информации. Именно этот фактор существенно отличает интернет как источник новостей от любого другого СМК. Столкнувшись с новыми сведениями, пользователь имеет возможность сверить эти сведения не только со своими знаниями (которых у него может и не быть), но и с информацией, расположенной на других ресурсах. Таким образом, истинность и обоснованность аргументации будет определяться распространённостью данных, на которые указывает ссылка. Несмотря на кажущуюся эффективность, это ведёт к двум отрицательным следствиям. Во-первых, не растиражированная информация будет игнорироваться. Во-вторых, даже фактически недостоверная информация, за счёт своего распространения может обрести иллюзию достоверности.

## Литература

1. Знания или информационный шум: что мы находим в Интернете? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://docs.google.com/forms/d/1yqk-99B2yhFd8iO26YHnB4JfOqUPII5XRWL0M0LFBGw/viewanalytics> (Дата обращения: 25.03.2018)

*Работа подготовлена при поддержке РФФИ-ОГОН (проект № 16-03-00120 по теме: «Влияние форматирования на смысл: изменения в текстовой культуре и трансформация коммуникации»)*