

УДК 655.5

**Ю. Ф. Шпаковский**, кандидат филологических наук, доцент (БГТУ);  
**М. Д. Данилюк**, студент (БГТУ)

### СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ НОВОСТНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Целью данной работы является сравнение двух источников информации – электронного и печатного – с позиций доступности (понятности) и информативности публикуемых ими текстов. Полученные результаты позволяют заключить, что в плане доступности (понятности) публикуемых материалов электронные и печатные СМИ существенно не отличаются друг от друга, но с точки зрения субъективного восприятия информативность интернет-текстов выше, чем информативность традиционного печатного текста.

The aim of this investigation is to compare two sources of information – electronic media and printed media – from the point of view of their simplicity and informativeness. The result obtained prove that in terms of simplicity of the material published electronic and printed media do not significantly differ from each other, but as far as the subjective perception is concerned the informativeness of the Internet texts is higher than that of the traditional printed text.

**Введение.** Еще не так давно наши возможности быстро и в полном объеме узнавать последние новости были, в определенной степени, ограничены: печатная пресса и телевидение доносили до нас лишь часть важной оперативной информации, причем, как правило, с серьезной задержкой во времени.

Современный этап развития общества характеризуется серьезным изменением коммуникативного пространства благодаря расширению влияния средств электронной коммуникации [1]. Электронные СМИ в последние годы стали чрезвычайно востребованными и превосходят по ряду параметров печатную прессу. К минусам печатных изданий можно отнести то, что поиск необходимой информации с их помощью часто является намного менее эффективным и оперативным по сравнению с сетевыми изданиями. Пока человек находится в поиске подходящего журнала или газеты, он может потерять огромное количество времени. Имея доступ к сетевой электронной версии соответствующего издания, всю интересующую информацию можно получить быстро и в исчерпывающем объеме.

В электронном аналоге печатного издания новости распространяются мгновенно. Помимо актуальных новостных обзоров, читателям сетевых аналогов печатной прессы доступны такие дополнительные «бонусы» как видеоролики представляемых ресурсом новостей и/или аудиотреки интервью. По понятным причинам в печатной прессе подобная подача информации заведомо невозможна. Кроме того, в отличие от печатного издания электронные средства массовой информации получают в свое распоряжение такой важный коммуникативный инструмент, связанный с нелинейным способом организации текстового пространства, как ги-

пертекст. Использование гипертекста открывает новые возможности хранения и представления текстовой информации и фактически формирует в настоящее время новую культуру восприятия текста [2, 5, 6].

**Основная часть.** Цель данной работы – сравнение двух источников информации – электронного и печатного – с точки зрения изложения материала, его доступности (понятности) и информативности.

Для проведения сравнительного анализа были поставлены следующие задачи: 1) сравнительный статистический анализ новостных материалов на одну тему, опубликованных в печатных и электронных изданиях (объективная оценка); 2) оценка доступности и информативности анализируемых материалов (субъективная оценка).

В качестве экспериментального материала были использованы новости на одну тему примерно одного объема (2000 знаков), отобранные из следующих печатных и электронных изданий (текст электронного издания анализировался в распечатанном виде): «Народная газета», «Союзное вече», «Советская Беларусь», «Республика» и «БелТА». Для сравнительного анализа были отобраны следующие новостные материалы: «Разгневанный сокол-2012», «На ремонт средней школы в Докшицах может быть выделено до Вг5 млрд.», «Президент Беларуси по традиции накануне Нового года посетил детский дом», «Президент поздравил зарубежных лидеров с Новым годом и Рождеством», «Беларусь будет председательствовать в СНГ в 2013 году», «Сама себе талисман», «Размеры детских пособий в Беларуси возрастут».

На первом этапе исследования были рассчитаны следующие статистические параметры: процент слов в три слога; процент односложных

слов; процент неповторяющихся в тексте слов; процент терминов; процент чисел от общего количества слов; процент иностранных слов; средняя длина слов в слогах, средняя длина слов в буквах; средняя длина слов по Деверу; средняя длина предложения в словах; средняя длина предложения в слогах; процент простых и сложных предложений (табл. 1). Для расчета показателей использовалась прикладная программа SuperCounter, разработанная на кафедре редакционно-издательских технологий.

Для выявления различий между статистическими параметрами печатных и электронных текстов был использован *t*-критерий Стьюдента, который оценивает различия величин средних значений двух выборок, которые распределены по нормальному закону [3–4]. Для каждого параметра рассчитывалось среднее значение, отклонение от среднего и квадрат отклонений и на основе этих значений рассчитывалось эмпирическое значение *t*-критерия Стьюдента (табл. 2).

Анализ выделенных статистических параметров показал, что достоверные отличия в языке и стиле печатных и электронных новостных материалов отсутствуют. Исключение составил показатель «процент неповторяющихся в тексте слов» – его значение находится в зоне неопределенности. Тем не менее, необходимо отметить, что почти по всем показателям средние значения параметров печатных изданий были выше, чем соответствующие средние значения показателей интернет-СМИ. Исключение составили следующие показатели: «процент чисел от общего количества слов», «процент иностранных слов от общего количества слов», «процент односложных слов» и «процент сложных предложений».

Несмотря на отсутствие существенных различий в подаче материала печатных и электронных СМИ на втором этапе исследования был проведен эксперимент, в ходе которого респондентам были предложены тексты из печатных изданий и интернет-СМИ (в распечатанном виде) на одну тему. Тексты предъявлялись парами. После прочтения испытуемым предлагали выбрать вначале наиболее доступный, а затем наиболее информативный текст. В эксперименте приняло участие 50 человек разного возраста.

Мнения респондентов относительно доступности текстов разделились примерно поровну: 45% респондентов отметили, что более доступным является текст из интернет-СМИ, а 55% опрошенных признали таковым текст из печатных СМИ. Полученные результаты, в целом, согласуются с данными объективной оценки текстов и отсутствием различий в подаче новостных материалов.

В ходе сравнительной оценки информативности текста интернет-издания и его печатного аналога большинство респондентов (более 90%) в качестве наиболее информативного текста выбрало новостной материал интернет-СМИ. Данный результат косвенно подтверждается данными объективной оценки текста, исходя из которой значения таких показателей, как «процент терминов», «процент слов на иностранном языке» и «процент чисел от общего количества слов» больше именно у электронных новостных материалов. Это можно объяснить тем, что журналисты в электронных изданиях могут позволить себе приводить цифровой материал, употреблять иностранные слова, ведь читатели благодаря гипертексту могут получить дополнительные разъяснения по материалу.

Таблица 1

Статистические параметры печатных и электронных новостных материалов

Параметры текста	Текст 1		Текст 2		Текст 3		Текст 4		Текст 5		Текст 6		Текст 7	
	печ.	эл.												
Средняя длина слов в слогах	3,26	2,97	2,69	2,46	2,4	2,38	3,26	3,16	3,1	3,02	2,45	2,34	2,76	1,96
Средняя длина слов в буквах	7,69	7,04	6,46	6,12	5,68	5,92	7,81	7,66	7,46	7,28	5,86	5,45	6,43	5,28
Средняя длина слов по Деверу	8,89	8,28	7,67	7,43	7,05	7,2	9,05	8,92	8,65	8,53	7,15	6,68	7,64	6,55
Средняя длина предложения в словах	28	25	15,9	15,2	9,16	15,3	32,3	26,9	25,1	19,8	19,4	16,8	22,5	11,3
Средняя длина предложения в слогах	91,2	74,3	42,9	37,3	22	36,4	105	84,9	77,9	59,9	47,5	39,4	62,1	22,2
Процент слов в 3 слога и больше	65,7	60	51	46,9	45,1	43,1	70,4	66,9	64,2	61,9	44,6	42,1	54,1	36,3
Процент односложных слов	22,9	24	25,9	22,8	28,3	26,9	17,3	18,6	20,4	22,3	29	34,1	24,4	31,4
Процент неповторяющихся слов	78,6	68,4	78,4	74,6	72,7	73,1	71,7	68,4	75,7	59	70,4	64	74,8	52,6
Процент терминов	0	0,42	0,1	0,23	0	0,65	0,15	2,65	0	0	0,13	1,45	0	0
Процент чисел	1,43	1,78	1,57	1,75	0,176	5,52	0,885	1,12	0,885	1,4	0	0,93	2,96	13,1
Процент иностранных слов	0	2,45	0	1,32	0,176	0,78	1,98	2,34	0	0	1,67	3,78	0	4,25
Процент простых предложений	89,5	90,5	84,6	50,0	80,0	66,2	75,0	80,0	74,93	59,1	70,0	50,0	83,3	68,7
Процент сложных предложений	10,5	9,5	15,4	50,0	20,0	33,8	25,0	20,0	25,07	40,9	30,0	50,0	16,7	31,3

Таблица 2

Результат расчета *t*-критерия Стьюдента для параметра «Средняя длина слов в слогах»

№ текста	Выборки		Отклонение от среднего		Квадраты отклонений	
	B1	B2	B1	B2	B1	B2
1	3,26	2,97	0,41	0,36	0,1681	0,1296
2	2,69	2,46	-0,16	-0,15	0,0256	0,0225
3	2,4	2,38	-0,45	-0,23	0,2025	0,0529
4	3,26	3,16	0,41	0,55	0,1681	0,3025
5	3,1	3,02	0,25	0,41	0,0625	0,1681
6	2,45	2,34	-0,4	-0,27	0,16	0,0729
7	2,76	1,96	-0,09	-0,65	0,0081	0,4225
Среднее:	2,85	2,61	Результат: $t_{\text{эмп}} = 1,1$ (находится в зоне незначимости)			

**Выводы.** Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы:

1. В плане изложения материала печатные и электронные новостные материалы могут быть признаны тождественными, так как существенных различий в значениях выделенных статистических параметров не наблюдается. Это подтвердили респонденты, мнения которых относительно доступности материалов разделились поровну.

2. По субъективным впечатлениям респондентов в ходе эксперимента было установлено, что более информативными являются электронные новостные материалы. Это подтверждается объективной оценкой трудности текстов. В интернет-журналистике очень часто пользуются приемами, которые не характерны для традиционных СМИ: активное использование иностранных слов, использование цифрового материала, насыщение материала фактами и ссылками на другие источники.

Таким образом, в настоящее время Интернет становится площадкой для динамичного развития средств массовой информации, которые не только оперативно доставляют информацию читателям, но и предоставляют возмож-

ности, о которых журналистам в печатных СМИ приходится только мечтать (гипертекст, интерактивность, сопровождение материала видео-, аудиоинформацией и т. д.).

### Литература

1. Сергеев, Е. Ю. Средства массовой коммуникации в условиях глобализации / Е. Ю. Сергеев // Общество. Среда. Развитие (Terre Humana). – 2009. – № 1 – С. 117–126.
2. Вуль, В. А. Электронные издания: учебник / В. А. Вуль. – СПб.: Петербургский институт печати, 2001. – 308 с.
3. Рокицкий, П. Ф. Биологическая статистика / П. Ф. Рокицкий. – Минск: Вышэйшая школа, 1973 г. – 319 с.
4. Юл, Дж. Э. Теория статистики / Дж. Э. Юл, М. Дж. Кендэл. – М.: Госстатиздат, 1960 г. – 780 с.
5. Амзин, А. Новостная интернет-журналистика / А. Амзин. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 144 с.
6. Интернет-СМИ. Теория и практика / А. Алексеева [и др.]. – М.: Аспект Пресс, 2010 г. – 350 с.

Поступила 26.04.2013