

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ХАН КСЕНІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

УДК 811.161.1:316.77:004.738.5

**ЛІНГВОМЕДІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОСІЙСЬКОМОВНИХ
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕКСТІВ**

10.02.02 – російська мова

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Київ — 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі російської мови Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник : доктор філологічних наук, професор
Кудрявцева Людмила Олексіївна,
Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка,
професор кафедри російської мови

Офіційні опоненти : доктор філологічних наук, професор
Денисова Світлана Павлівна,
Київський національний лінгвістичний університет, професор кафедри німецької мови та перекладу і прикладної лінгвістики

кандидат філологічних наук
Подшивайлова Ганна Михайлівна,
Київський університет імені Бориса Грінченка,
доцент кафедри журналістики та нових медіа

Захист відбудеться 16 червня 2016 року о 15.00 на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.19 в Інституті філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (01601, м. Київ, бульвар Шевченка, 14, к. 63).

З дисертацією можна ознайомитися в Науковій бібліотеці імені М. О. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка (01601, м. Київ, вул. Володимирська, 58, к. 12).

Автореферат розіслано 12 травня 2016 року.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради

Л. П. Гнатюк

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Засоби масової комунікації стали невід'ємною частиною життя сучасного суспільства, у якому однією з основних умов успішної діяльності є володіння інформацією та уміння нею оперувати. Інформативну функцію для населення виконують здебільшого засоби масової інформації, що й зумовлює їх попит у сучасному суспільстві. Саме зі ЗМІ людина отримує інформацію про події з усіх сфер життя, адже вони віддзеркалюються в мас-медіа. Таким чином, сучасне інформаційне суспільство ставить нас в умови перманентної взаємодії з мас-медіа, оскільки саме ЗМІ надають один із найбільш затребуваних продуктів ХХІ століття – інформацію.

Інтерес лінгвістів, що постійно зростає, та велика кількість досліджень мови ЗМІ (зокрема, роботи А. Белла, Т. Г. Добросклонської, О. В. Какоріної, М. Кастелса, Дж. Корнера, В. Г. Костомарова, М. Монтгомері, Ю. Р. Рождественського, С. І. Сметаніної, Г. Я. Солганика, Н. Фейерклафа та ін.) сформувавши основу нової наукової дисципліни – медіалінгвістики, яка пропонує комплексний підхід до вивчення мови ЗМІ та в рамках котрої виконане дане дослідження.

Науковий здобуток у вивченні медіатекстів в Україні представлений роботами І. С. Грабовенку, Л. П. Дядечко, Г. М. Завражиної, Л. Ф. Компанцевої, Л. О. Кудрявцевої, Г. М. Подшивайлової, І. Г. Приходько, Н. М. Стеценко, І. О. Філатенко, Л. І. Шевченко та ін.

Актуальність теми дослідження. Взаємодія людини і мас-медіа в сучасній ситуації великого обсягу медіапотоків, що продовжує зростати, актуалізує питання адекватності сприйняття людиною інформації зі ЗМІ, уміння її аналізувати, раціонально інтерпретувати, відповідно на неї реагувати, критично осмислювати, використовувати з метою особистісного розвитку і т. д. Тобто виникає необхідність у медіа-освіті як у процесі навчання суспільства адекватній взаємодії з мас-медіа. Оскільки результатом діяльності засобів масової інформації та комунікації є текст (медіатекст), то як об'єкт дослідження мас-медіа є цікавим насамперед для лінгвістики.

Актуальність дослідження інформаційно-аналітичних медіатекстів обумовлена тим, що даний тип текстів є вагомою та невід'ємною частиною медіапростору, а інформація, що міститься в аналітиці, має значущий потенціал. Окрім того, відсутній комплексний, типологічний опис текстів такого типу в науковій лінгвістичній літературі. Коротка характеристика інформаційно-аналітичних медіатекстів, що ґрунтується на англomовному матеріалі, представлена в роботах Т. Г. Добросклонської. У дослідженнях В. С. Байдіної, Л. Р. Дускаєвої, Н. В. Соловійової, Т. В. Шмельової та деяких інших лінгвістів визначено окремі лінгвістичні особливості, характерні для інформаційно-аналітичного типу медіатекстів. Більш детально в науковому дискурсі було розглянуто жанрову класифікацію медіатекстів, зокрема, інформаційно-аналітичного типу, у роботах С. М. Гуревича, Л. Є. Кройчик, А. М. Тепляшиної, О. О. Тертичного, Н. В. Чичеріної та ін.

Функціонування мови ЗМІ в Інтернеті привертає все більшу увагу лінгвістів (роботи О. І. Горошко, Л. Ф. Компанцевої, Д. Крістала, О. В. Лутовінова, С. Херрінг та ін.), проте ще не отримало достатнього лінгвістичного осмислення й опису, що також обумовлює актуальність дослідження. Окрім того, вивчення особливостей інформаційно-аналітичних інтернет-текстів дає можливість робити висновки про сучасні мовні процеси, а також – про публіцистичну картину світу і представників сучасного суспільства, оскільки вони репрезентуються в мові ЗМІ.

Теоретичну основу дослідження становлять роботи в галузях теорії засобів масової комунікації (М. М. Володіна, Т. А. ван Дейк, Т. Г. Добросклонська, Л. Р. Дускаєва, Н. І. Клушина, В. Г. Костомаров, Г. М. Маклюен, С. І. Сметаніна та ін.), теорії журналістики (О. Л. Вартанова, Л. Є. Кройчик, Т. Пітерсон, Ф. С. Сіберт, А. М. Тепляшина, О. О. Тертичний, У. Шрамм та ін.), мовленнєвого впливу (А. М. Баранов, Л. О. Кисельова, Л. І. Мельник, П. Б. Паршин, А. М. Цуладзе та ін.), функціональної стилістики та соціальної лінгвістики (У. Вайнрайх, Г. О. Винокур, В. В. Виноградов, М. М. Кожина, Л. П. Крисін, В. Матезіус, Е. Сепір, Г. Я. Солганик та ін.), теорії тексту (Н. С. Валгіна, І. Р. Гальперін, Т. В. Радзієвська, В. Л. Рінберг, З. Я. Тураєва, П. Хартман та ін.), когнітивної лінгвістики (О. С. Кубрякова, Дж. Лакофф, Ч. Філмор, Н. Хомський та ін.), теорії оцінки (Н. Д. Арутюнова, Г. Х. фон Врігт, О. А. Івін та ін.), а також теоретичні доробки у вивченні електронного медіадискурсу в рамках теорії тексту, комунікації та прагматики (О. В. Дєдова, І. А. Ільїна, Л. Ф. Компанцева, Д. Крістал, С. Г. Носовець, Р. К. Потапова, С. О. Стройков, Д. Фрідман та ін.).

Зв'язок з науковими програмами, планами, темами. Дисертація пов'язана з науковими розробками Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка в межах затвердженої Міністерством освіти і науки України теми «Мови та літератури народів світу: взаємодія та самотність» (№ 11БФ044-11).

Мета дослідження полягає у визначенні та аналізі лінгвомедійних характеристик російськомовних інтернет-текстів інформаційно-аналітичного типу.

Досягнення мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- визначити характеристики сучасного медіатексту та інтернет-тексту як його різновиду;
- встановити типологічні відмінності інформаційної аналітики від інших типів медіатекстів;
- експлікувати компоненти інформативної основи в організації російськомовного інформаційно-аналітичного інтернет-тексту;
- проаналізувати організацію російськомовних інформаційно-аналітичних інтернет-текстів на прагматичному рівні;
- описати засоби лінгвомедійного впливу в російськомовних інформаційно-аналітичних інтернет-текстах;
- описати лінгвомедійні характеристики російськомовних інформаційно-

аналітичних інтернет-текстів у структурі сучасного медіадискурсу.

Зазначимо, що чітке й остаточне розмежування характеристик медіатексту на медійні та лінгвістичні є неможливим, оскільки текст не існує без вербальних одиниць, одна із головних функцій яких – передача інформації, а медійні технології, у свою чергу, реалізуються здебільшого за допомогою мовних засобів.

Об'єкт дослідження – російськомовний інформаційно-аналітичний інтернет-текст.

Предмет дослідження – лінгвістичні та медійні засоби передачі інформації, що включають лексичні, граматичні, стилістичні, контекстуальні, змістові, прагматичні та графічні особливості російськомовних інформаційно-аналітичних інтернет-текстів.

Дослідження проведено на основі матеріалів інтернет-текстів із сайтів таких електронних видань: «Обозреватель», «Главком», «Главред», «Цензор», «ВВС», «Хвиля», «Зеркало недели», «ИноСМИ», «IAREX», «Фокус», «Взгляд» та деяких інших у період із 2013 по 2016 рік. Зібраний матеріал становить близько 1500 російськомовних інформаційно-аналітичних інтернет-текстів (близько 6000 текстових сторінок формату А4). Під час дослідження було проаналізовано понад 8000 мовних одиниць.

Вибір методів дослідження обумовлений його метою та завданнями. В основу роботи покладено описовий метод та метод інтерпретації. Також застосовано елементи дискурсивного аналізу (співвіднесення мовної та екстралінгвістичної сторони тексту), когнітивного аналізу (зіставлення реальної дійсності та її медіарепрезентації), контекстуального, компонентного та зіставного аналізу, реалізованих посередництвом прийомів узагальнення, класифікації та систематизації.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше на матеріалі російськомовних інтернет-текстів комплексно описано та проаналізовано лінгвомедійні характеристики інформаційно-аналітичного типу текстів ЗМІ; виокремлено та розглянуто інформативний компонент медіатексту; проаналізовано засоби вираження авторської оцінки предмету мовлення; виділено процеси об'єктивізації та суб'єктивізації інформації в медіатексті; визначено основні лінгвістичні тенденції в російськомовному медіадискурсі на прикладах із інформаційно-аналітичних інтернет-текстів; виявлено та проаналізовано засоби встановлення контакту між автором та читачем медіатексту; розглянуто графічні елементи та їхні функції в інформаційній аналітиці; встановлено прагмалінгвістичний потенціал інформаційно-аналітичного інтернет-тексту.

Теоретична цінність дослідження полягає 1) у комплексному типологічному описі російськомовних інформаційно-аналітичних медіатекстів як окремого самостійного типу медіатекстів із чітко визначеними характерними ознаками; 2) у розвитку ідей медіалінгвістики, дискурсології, журналістики, теорії комунікації, соціо- та лінгвопрагматики; 3) у доповненні та поглибленні функціонально-жанрової класифікації текстів ЗМІ.

Практична цінність дисертаційного дослідження визначається можливістю використання його результатів у науковій роботі та практиці викладання лекційних курсів сучасної російської мови, стилістики російської мови, журналістики, при розробці спецкурсів із медіалінгвістики, мови ЗМІ, теорії комунікації. Отримані результати дослідження можуть бути використані для подальшої розробки функціонально-жанрової класифікації медіатекстів.

Особистий внесок здобувача. Усі викладені в дисертації результати отримано одноосібно.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дисертаційного дослідження було оприлюднено в доповідях на всеукраїнських та міжнародних **наукових конференціях**: Всеукраїнській науковій конференції «Мова, свідомість, художня творчість, інтернет у дзеркалі сучасних філологічних студій» (Київ, 11 квітня 2013 р.); Міжнародній науковій конференції «Етнознакові функції культури: мова, література, фольклор» (Київ, 17 жовтня 2013 р.); Всеукраїнській науковій конференції за участю молодих учених «Філологічна наука в інформаційному суспільстві» (Київ, 10 квітня 2014 р.); Міжнародній науковій конференції «Сучасна філологія: парадигми, напрямки, проблеми» (Київ, 9 жовтня 2014 р.); I Міжнародній науковій конференції «Лингвокультурные феномены в коммуникативном пространстве полиэтнического региона» (Ростов-на-Дону, 5-7 листопада 2014 р.); Всеукраїнських наукових читань за участю молодих учених «Дух нового часу у дзеркалі слова і тексту» (Київ, 8-10 квітня 2015 р.).

Дисертацію обговорено на засіданні кафедри російської мови (протокол №4 від 29 жовтня 2015 року) Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Публікації. Основні положення дисертації висвітлено у 8 наукових публікаціях, із них: 4 статті – у виданнях, затверджених Міністерством освіти і науки України як фахові, 1 стаття – у науковому закордонному виданні.

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел (316 позицій) та додатків.

Загальний обсяг дисертаційного дослідження – 266 сторінок, основний зміст дисертації викладено на 230 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** визначено актуальність дослідження і його теоретичні засади, обґрунтовано вибір теми, сформульовано мету та завдання дисертаційної праці, окреслено джерельну базу і матеріал, визначено об'єкт, предмет та методи дослідження, його наукову новизну, теоретичну і практичну цінність, подано відомості про апробацію основних положень дисертації та кількість публікацій, висвітлено структуру роботи.

У **першому розділі** «Інформаційно-аналітичний інтернет-текст та його

місце в дискурсі мас-медіа» представлено огляд наукової літератури із теми дослідження мови засобів масової інформації, визначено основні поняття та категорії дослідження (медіадискурс, медіатекст, інтернет-текст), їх співвідношення, розглянуто типологію сучасних медіатекстів та окреслено місце інформаційно-аналітичного медіатексту в ній.

Процес глобальної медіатизації суспільства (О. В. Александров, В. С. Байдіна, Л. О. Кудрявцева, І. О. Філатенко) зумовив актуальність вивчення засобів масової комунікації в контексті різних дисциплін. Діяльність ЗМІ створила особливе середовище – медіапростір (інформаційний простір, інфосферу, медіасферу), який є відображенням реальної дійсності. Оскільки основним компонентом медіапростору є текст, мас-медіа викликають інтерес, у першу чергу, з лінгвістичної точки зору.

Сучасні дослідження медіатекстів передбачають їх вивчення не лише з позиції текстологічного, але і дискурсивного підходу (роботи А. Белла, Г. М. Васильєвої, Т. А. ван Дейка, Т. Г. Добросклонської, Дж. Корнера, В. Г. Костомарова, О. О. Лаптевої, М. Монтгомері, Ю. В. Рождественського, С. І. Сметаніної, Г. Я. Солганика, Г. В. Степанова, Н. Фейєрклафа, Д. М. Шмельова та ін.), що створило підґрунтя для появи медіалінгвістики, яка пропонує всебічний підхід до вивчення мови ЗМІ.

Базовими поняттями медіалінгвістики є медіадискурс (текст у ЗМІ в сукупності з екстралінгвістичними факторами) та медіатекст. В основу дослідження покладено поняття медіатексту як дискретної одиниці медіапотуку та інтернет-тексту як однієї з форм репрезентації медіатексту (поряд із газетним текстом, радіотекстом, телетекстом та ін.). У розвиток теорії медіатексту та масової комунікації зробили значний внесок такі дослідники, як В. С. Байдіна, Л. Р. Дускаєва, І. П. Лисакова, В. І. Коньков, В. Г. Костомаров, Л. О. Кудрявцева, Ю. В. Рождественський, С. І. Трескова, Т. В. Чернишова, Т. В. Шмельова та ін.).

Серед основних характеристик медіатексту виділяють адресність (орієнтованість на адресата – масову аудиторію) (В. С. Байдіна), актуальність (М. О. Дьомінова, Л. Р. Дускаєва), відкритість (як з позиції множини інтерпретацій, так і в контексті сучасних мовних тенденцій), полікодовість / креолізованість (синтез вербальної, візуальної, аудитивної, відео-інформації) (М. Б. Ворошилова, Г. В. Єйгер, В. В. Прозоров, Г. А. Протченко, Ю. О. Сорокін, В. Л. Юхт), особливий тип автора та текстової модальності (В. С. Байдіна, Г. Я. Солганик).

Дослідники звертають увагу на категорію автора медіатексту, вказуючи на її текстотвірну функцію: форма та зміст медійного тексту залежать від точки зору, позиції, світогляду автора. Між його двома протилежними постатями автора – людина приватна та людина соціальна – існує безліч проміжних ролей (типів виявлення) автора (дослідник, публіцист, кореспондент, літописець і т. д.) (Г. Я. Солганик).

Із автором медіатексту тісно пов'язана категорія текстової модальності, особливість якої полягає у принциповому «незбігу» суб'єкта мовлення та суб'єкта ситуації у висловлюванні (Г. Я. Солганик). Автор є медіатором, який

транслює інформацію читачам / слухачам, пропускаючи її крізь призму свого світосприйняття та крізь власний світогляд.

Інтернет-текст має всі ознаки «традиційних» ЗМІ (преси, радіо, телебачення) (О. О. Калмиков, Н. В. Соловйова). Головними особливостями інтернет-тексту є гіпертекстуальність, інтерактивність та мультимедійність (М. М. Лукіна, Н. В. Соловйова). У контексті категорії гіпертекстуальності дослідники відзначають компресований характер інтернет-тексту (Е. О. Лазарева) та порушують питання щодо його завершеності, рамок (Л. І. Гришаєва, О. В. Дєдова). Перенесення медіатексту в мережевий простір автоматично включає його в процес комунікації між автором та користувачем (коментарії читачів), у результаті чого поруч із текстом формуються комунікативні підпростори. Тобто інтернет-текст – інтерактивний.

Найбільш поширеною класифікацією медіатекстів є розмежування їх на новини, інформаційну аналітику та коментарі, тексти-нариси (публіцистику) і рекламу (Т. Г. Добросклонська, М. Ю. Казак, Н. В. Чичеріна).

Часткове описання особливостей інформаційно-аналітичних медіатекстів представлено у працях В. С. Байдіної, Т. Г. Добросклонської, Л. Р. Дускаєвої, Н. В. Соловйової, Т. В. Шмельової, зокрема, жанрові особливості – у дослідженнях С. М. Гуревича, Л. Є. Кройчика, Г. М. Тепляшиної, О. О. Тертичного, Н. В. Чичеріної та ін.

Інформаційно-аналітичні медіатексти переважно виконують інтерпретаційну функцію (Т. Г. Добросклонська). Особливість цього типу медіатекстів полягає в наявності аналітичного компонента, який становлять причинно-наслідкові зв'язки, аргументація точки зору, а також висловлювання думки та оцінки загалом, тому в рамках одного медіатексту поєднуються інформативний та оцінний змістові компоненти, де головну роль виконує другий. Оцінка / точка зору автора включає в себе не лише логічну (раціональну) кваліфікацію предмета, а й різні види емоційної (іраціональної) реакції (Т. Г. Добросклонська).

Однією з центральних категорій інформаційно-аналітичного типу медіатексту є автор, який виступає медіатором, інтерпретатором, а також суб'єктом, з позиції якого виражена оцінка в тексті.

Питання про типологію жанрів ЗМІ є суперечним та відкритим. Невпинне збільшення обсягу інформаційного простору, де автори-аналітики намагаються переосмислити, оцінити, прокоментувати якомога більше явищ і разом з тим зробити свій матеріал яскравим, привернути увагу аудиторії, позначилося на дифузії жанрових ознак різного типу текстів (Л. Р. Дускаєва, В. О. Салімовський, Г. М. Тепляшина). Загалом, у більшості класифікацій дослідників спостерігається тісний взаємозв'язок між інформаційними та аналітичними жанрами (О. О. Тертичний, І. В. Кадикова). Серед аналітичних жанрів відзначимо кореспонденцію, статтю, рецензію, звіт, інтерв'ю, коментар, журналістське розслідування, огляд, а також бесіду, лист, рейтинг, моніторинг, анкету, прогноз, версію, рекомендацію, аналітичний прес-реліз та деякі інші (І. Р. Гуревич, О. О. Тертичний, Г. М. Тепляшина, В. М. Шеїн та ін.). Аналітичні

жанри відрізняються від інших «глибокою, детальною проробкою причинно-наслідкових зв'язків, оцінних відношень предмета, ґрунтовністю аргументації і т.д.» (О. О. Князев). Переважно інформаційно-аналітичний медіатекст має форму статті, що включає елементи звіту, інтерв'ю, огляду, версії, прогнозу, а також нарис, есе, бесіди і т. д., тобто поєднує ознаки інформаційних, аналітичних та публіцистичних жанрів.

Інформаційно-аналітичні інтернет-тексти на кожному з аналізованих сайтів розміщені у відповідній рубриці, яка може мати такі назви: «Аналитика», «Аналитические материалы», «Мнения», «Мнения экспертов», «Статьи», «Авторские колонки».

Тематичними домінантами (головним медіатопіком) інформаційно-аналітичних інтернет-текстів є політика та економіка. Два вказаних медіатопіки перебувають у тісному взаємозв'язку таким чином, що в деяких випадках неможливо остаточно зарахувати текст до першої чи другої теми.

У другому розділі «**Організація російськомовного інформаційно-аналітичного інтернет-тексту: інформативна основа та її об'єктивація**» проаналізовано та описано компоненти інформаційно-аналітичного інтернет-тексту, що є інформативним змістом тексту.

Інформативну основу російськомовних інформаційно-аналітичних інтернет-текстів становлять фонові знання, посилання на джерела та цитати, гіперпосилання, тези автора й логічні судження.

Фонові знання – спільні знання автора і читача (адресанта і адресата), реалій дійсності, необхідні для інтерпретації висловлювання. Вони актуалізуються за допомогою слова / декількох слів-стимулів (див. праці О. С. Ахманової, І. В. Гюббенет, В. Г. Гака, Г. В. Колшанського, К. Крамша, Б. Хазлет та ін.). Фонові знання в інформаційно-аналітичному інтернет-тексті здебільшого актуалізуються з метою зіставлення описуваних реалій з уже відомими (за рахунок переадресації діахронних знань у синхронію (О. В. Владимірова)) та їх пояснення і включають в себе:

- знання про предмети дійсності (про фізичних та юридичних осіб, територіальні об'єкти тощо): *Мекка, Квебек, Нил, Пентагон, Банковая, Павел Лазаренко, Коломойский, ОБСЕ, ИГИЛ, ЕБРР* та ін.;

- знання семантики абстрактних найменувань: *санация, фьючерс, истеблишмент, анилюс, ратификация, краудфандинг, аннуитет, мажоритарии* та ін.;

- знання про конкретні ситуації: *«режим Муссолини», «08.08.08», «крушение малазийского Боинга», «карабахский конфликт»* та ін.

Цитати та посилання на джерело інформації – вставлення частин чужого тексту, що надає тексту автора більшої об'єктивності та інформативності; форма об'єктивації – цитата, непряма мова, фрагментарне цитування. Виконують такі функції: викликають довіру до медіатора (коли зазвичай не вказується джерело інформації), апелятивну функцію (звернення до авторитетного джерела, наприклад, до слів високопосадовця), оціночну функцію (передає інформацію-думку, а також перекладає відповідальність за

оцінку на джерело інформації), композиційну функцію (у якості вступу до теми тексту чи тематичного блоку тексту).

Гіпертекстові зв'язки (гіперпосилання) – засіб зв'язку між інтернет-текстами; фрагмент основного електронного тексту, активізація якого переводить користувача до іншого інтернет-тексту. Гіперпосилання потенційно містять у собі інформацію, пов'язану (здебільшого тематично) з початковим текстом. Потреба активації гіперпосилання залежить від читача / користувача.

В інформаційно-аналітичних інтернет-текстах гіперпосилання можуть виконувати функцію джерела (посилання на текст-джерело, з якого було введено інформацію до авторського тексту), функцію додаткового інформування (посилання на текст, що містить розширену інформацію із вказаної у гіперпосиланні теми), ілюстративну функцію (посилання на веб-ресурс, де візуалізується інформація з первинного тексту) та їх контамінації.

Формально наявність в авторському інтернет-тексті гіперпосилань створює враження його інформативної насиченості (прагнення автора надати читачеві якомога більше інформації, пов'язаної з темою авторського тексту), але, по суті, залишає за автором керівну роль в навігації читача.

Тези автора у формі об'єктивно-модальних висловлювань є інформативними, але апріорі містять суб'єктивний компонент – світогляд автора, крізь який він пропускає предмет / ситуацію, що описує. Головною особливістю категорії модальності медіатексту, зокрема інтернет-тексту, є збіг / незбіг суб'єкта мовлення (мовця, автора) та суб'єкта ситуації у висловлюванні (пропозиції) (див. праці Г. Я. Солганика).

Синтез суб'єкта мовлення та суб'єкта пропозиції (і перший, і другий є автором медіатексту) – це висловлювання від 1-ої особи, тобто в ньому автор розповідає про себе (суб'єктивний модус): *«Теперь я вижу настоящую свободу слова» (Обозреватель, 02.07.2015).*

У випадку розбіжності суб'єкта мовлення та суб'єкта пропозиції авторський (суб'єктивний) модус накладається на ще один модус – модус ситуації, який може бути як об'єктивним (коли автор описує ситуацію «збоку»), так і суб'єктивним (коли автор передає ситуацію з позиції іншого суб'єкта). Відповідно, можна розмежувати:

1) суб'єктивно-об'єктивну модальність, наприклад: *«Сегодня рано утром полиция в Ереване жестко разогнала акцию протеста против повышения тарифов на электроэнергию» (Главком, 23.06.2015);*

2) суб'єктивно-суб'єктивну модальність, наприклад: *«Венгры продолжают чувствовать себя обделенными...» (Главком, 24.07.2015).*

Логічні судження автора – пояснення ситуації / предмета висловлювання посередництвом законів існування об'єктивного світу, тобто законів логіки. Здебільшого логічні судження ґрунтуються:

- на причинно-наслідкових зв'язках, наприклад: *«Дело в том, что в сентябре нас ожидают значительные выплаты по внешнему долгу... Соответственно, нам необходимо было бы получить кредит МВФ до сентября» (ЗН, 17.07.2015).* Водночас варто зазначити, що зв'язок причина-

наслідок може бути порушений (коли з оцінного висловлювання робиться інформативний висновок і навпаки): *«Ведь даже самые умные в мире Нобелевские лауреаты не только не знают, что делать с этими кризисами, но и сформулировать их толком не могут. Значит, дело совсем плохо»* (Обозреватель, 17.03.2015);

- на аналогії (на основі подібності ситуацій / предметів): *«Да и в сущности, принципы формирования современного супер-университета мало чем отличаются от формирования современного футбольного супер-клуба... : привлечение крупных инвесторов, супер-современные база и инфраструктура, привлечение мировых звезд, участие в супер-турнирах (в данном случае — ... супер-конференциях), завоевание престижных международных наград, авторитет в профессиональном международном сообществе и т.д...»* (Хвыля, 13.05.13).

У третьому розділі «Організація російськомовного інформаційно-аналітичного інтернет-тексту: впливовий потенціал» розглядаються засоби вираження оцінки предмета та їх прагматичний потенціал.

Оцінний компонент у російськомовних інформаційно-аналітичних інтернет-текстах може бути виражений одиницями різних мовних рівнів і мати більший чи менший ступінь інтенсивності, що залежить від наявності в семантиці висловлювання таких ознак, як експресивність, образність, оцінність та ступеня їх виявлення.

1. Найменш інтенсивне оцінне значення має нормативна інтелектуально-оцінна лексика, у якій відсутні компоненти образності та експресивності, наприклад: *логичный план реформ, негативные тенденции в торговле, успешная военная операция, талантливый и перспективный режиссер, грамотный политический ход* та ін. А також: *печальная статистика, экономические показатели выглядят удручающе, страшные люди* і т. д.

2. Більш інтенсивний ступінь оцінки має стилістично маркована лексика (книжна, розмовна, просторіччя, жаргон), яка за рахунок того, що вживається в невластивому їй контексті, набуває експресивності: *ратующий политик, дурацкий вопрос, зарвавшийся олигарх, угрохать немерено ресурсов, убитая хрущовка, сварганенный фильм* та ін.

3. Створення автором оказіональних слів надає оцінці предмета образності та експресивності й водночас пропонує читачеві лінгвістичну «загадку», яку він має розгадати, щоб розкрити закладений автором зміст. Приклади: *недоденьги, азаровщина, мининдел, биг-морды, орко-республики, удободрессируемые, лопухнуть, антирейтинг, квази-валюта, «Антикернес»* та ін.

4. Фразеологічні одиниці містять у своєму значенні образний компонент і можуть виконувати оцінну (наприклад, *попасть впросак, дышать на ладан, игра стоит свеч* та ін.) та експресивну (наприклад, *мама не горюй, ешкин кот, то ли еще будет* та ін.) функції, нерідко поєднуючи і першу, і другу.

5. Використання прецедентних феноменів, окрім високого ступеня інтенсивності оцінки, сприяє залученню читачів до процесу міркування, робить їх учасниками комунікації, тому гра з прецедентами має сильний впливовий

ефект. До лінгвістичної гри автором залучаються всі типи прецедентних феноменів: прецедентне ім'я (наприклад, «психология Шарикова», «нужен новый Рональд Рейган» і т. д.), прецедентне висловлювання (наприклад, «труба преткновения», «крымский лед тронулся», «с миру по нитке — украинцу вышиванка» і т. д.), прецедентний текст (наприклад, «а я вам скажу за всю Одессу», «игры прокурорских престолов» та ін.), прецедентна ситуація (наприклад, «выплатить зарплаты — вот и все белорусское чудо-юдо», «перейти свой Рубикон» і т. д.).

6. Метафора має найбільш потужний оцінний потенціал, оскільки передає концептуальну оцінку предмета і здатна впливати на світогляд читача. Вартий уваги той факт, що для характеристики загальносуспільних, державних, глобальних процесів різні автори використовують однакові метафоричні моделі: «держава / суспільство — це єдиний живий організм / людина» (наприклад, «многомиллионный организм», «скелеты в прошлом счастливых стран», «подбрюшье Европы», «экономический хребет Евразии» і т. д.), «економіка — це здоров'я» (наприклад, «болезни банковской системы», «подлечить экономику девальвацией» і т. д.), «війна — це пожежа / вогонь» (наприклад, «вспыхнут от спички йеменского конфликта», «разжечь замороженный молдавский конфликт» і т. д.), «міжнародна політика — це гра в шахи» (наприклад, «Саудиты уже сделали ход конем», «патовая ситуация в политике» та ін.), «міжнародна політика — це азартна гра» (наприклад, «ставки в игре с назначением Саакашвили», «главный козырь — это отсутствие внушительных приговоров» і т. д.), «політична діяльність — це сценічна гра» (наприклад, «заглянуть за кулисы международной политики», «этапом пьесы было вчерашнее выступление Петра Порошенко» і т. д.) та ін.

7. Доповненням до оцінної семантики вербальних одиниць виступають графічні елементи на веб-сторінках із текстами, які також можуть передавати експресію, образ та оцінку. Серед графічних елементів були відмічені набірні шрифтові виділення (капіталізація), набірні нешрифтові акценти (виділення фону, винос цитати з тексту, порушення правил пунктуації), а також фото (фото-кліше, алегоричні, фотомонтажні), малюнки (різноманітні за семантичним наповненням образу, але завжди містять і передають певну ідею та оцінність) та інфографіка (найбільш інформативний образотворчий елемент, але найменш уживаний, що свідчить про те, що автори надають перевагу засобам афективного впливу на аудиторію).

Встановлення зв'язку між автором і читачем медіатексту, створення ситуації довіри відкриває шлях передачі авторських ідей, смислів до свідомості читачів. Підтримання контакту з аудиторією є запорукою успішного досягнення автором комунікативних цілей. Засоби інтимізації / зближення автора і реципієнта експліковано в таких лінгвориторичних прийомах, як звернення до аудиторії (наприклад, «Друзья, мы часто в комментариях упираемся в вопрос веры» (*Обозреватель*, 07.06.2015)), риторичні питання (наприклад, «Неужели судья не знает таких процессуальных норм и никогда не возвращала заявителям подобные заявления?» (*Цензор*, 18.07.2014)), окличні речення

(наприклад, «*Какая невиданная забота!*» (Главерд, 18.08.2015)), кваліфікація автора та його аудиторії як єдиного цілого — «ми», «наш» (коло «свої») (наприклад, «*Ждем развития событий*» (Обозреватель, 16.01.2015), «*Что же, посмотрим, чем закончится широкинский эксперимент*» (ЗН, 24.07.2015)), імітація автором діалогу зі своїми читачами (наприклад, «*Вы спросите меня-верю ли я в успех всего задуманного? И я вам отвечу. Я не просто верю. Я ни секунды не сомневаюсь в том, что все получится*» (Обозреватель, 06.03.2015)) і т. д.

У четвертому розділі «Російськомовний інформаційно-аналітичний інтернет-текст крізь призму лінгвомедійних особливостей текстів ЗМІ» описано засоби суб'єктивізації та об'єктивізації висловлювання в авторському тексті, розглянуто особливості категорії автора інформаційно-аналітичного інтернет-тексту, визначено сучасні тенденції в мові ЗМІ, які відображаються в інформаційно-аналітичних інтернет-текстах.

Аналіз лінгвомедійних характеристик інформаційно-аналітичного медіатексту, зокрема, інтернет-тексту, у їх сукупності та взаємозв'язку дає можливість відстежити процеси суб'єктивізації та об'єктивізації інформації, яку містить цей тип текстів.

Об'єктивізація повідомлення / інформації – процес імплікації суб'єктивних авторських думок / ідей (авторського модусу) в об'єктивну форму висловлювання. Об'єктивізоване висловлювання, перш за все, характеризується нейтральним, строгим стилем, можливо, з елементами науковості, об'єктивною модальністю висловлювання та мінімальним проявом авторського начала.

Суб'єктивізація повідомлення полягає у відкритому (неприхованому) вираженні авторської думки (максимально вираженою авторською позицією), наданні висловлюванню суб'єктивної оцінності, експресивності та виразності. Суб'єктивізоване висловлювання характеризується такими особливостями, як наявність експресивної лексики (з конотативним значенням), оказіональних слів, фразеологізмів, прецедентних текстів та висловлювань, метафор і т. д.

І в суб'єктивізованому, і в об'єктивізованому тексті наявна авторська суб'єктивна позиція, виражена більшою або меншою мірою.

Категорія автора є стиле-, жанро- та текстотвірною і може бути відстежена в усіх аспектах дослідження авторського тексту: концептуальному (загальний зміст та ідея тексту), стилістичному (науковий стиль об'єктивного автора та художній стиль суб'єктивного автора), зв'язності тексту (зв'язки між інформаційними блоками тексту) та лінгвістичних засобів вираження авторської позиції (експресивна лексика чи нейтральна лексика).

Відзначимо, що лінгвомедійні характеристики інформаційно-аналітичних інтернет-текстів відображають мовні тенденції та процеси, що відбуваються в сучасному дискурсі мас-медіа: посилення інформативності ЗМІ (використання цитат, оперування складними концептами та поняттями, гіпертекст, що дає можливість розширити обсяг та межі тексту до нескінченності, а також існування в нерозривному зв'язку фактично всіх медіатопіків у межах одного медіатексту), зміни в реалізації функції впливу (експресивізація медіатексту,

прагнення діалогу з читачем), зміни в системі жанрів ЗМІ (поєднання елементів різноманітних жанрів у рамках одного інтернет-тексту, розмивання жанрових канонів і т. д.), зміни у стилістиці текстів ЗМІ (схильність до розмовного стилю і водночас — до агресивності).

ВИСНОВКИ

Інформаційно-аналітичні медіатексти є важливою і невід'ємною частиною дискурсу ЗМІ, інформаційного простору та процесу медіакомунікації. Головною ознакою інформаційної аналітики є наявність оцінки — концептуальної характеристики предмета мовлення. Оцінка дійсності, інтерпретація навколишнього світу відображають світогляд, ідеологію автора, тобто інформаційно-аналітичний текст має ідеологічну спрямованість. Цей факт обумовлює інтенцію впливу на свідомість аудиторії — певну зміну картини світу адресата.

Аналіз російськомовних інформаційно-аналітичних медіатекстів виявив, що їх принциповою відмінністю є наявність аналітичного компонента (у першу чергу, побудова причинно-наслідкових зв'язків між подіями / фактами / оцінками), їх жанрова особливість — поєднання ознак інформаційних, аналітичних та публіцистичних жанрів (елементи новини, діалогу, прогнозу, есе тощо). Автор є текстотвірною категорією в інформаційно-аналітичному медіатексті (категорія автора проявляється у формі, змісті, стилі та ідеї тексту).

Весь інформаційно-аналітичний медіатекст несе в собі суб'єктивну модальність автора, який «пропускає» описувану ситуацію крізь власне бачення світу і, залежно від комунікативних цілей, експлікує її у формі об'єктивізованого чи суб'єктивізованого висловлювання.

В аналітичних інтернет-текстах є інформативна і оцінна частини. Першу становлять фонові знання автора і читача, цитати та посилання на джерело інформації, гіперпосилання, твердження автора та логічні судження. Друга передбачає використання оцінної, стилістично маркованої лексики, фразеологізмів, утворення okazіональних слів, гру з прецедентними феноменами, метафору, а також графічні засоби вираження оцінки. Як інформативний, так і оцінний складники тексту містять впливовий потенціал: в інформативній частині він має більш імпліцитний характер, в оцінній — більш експліцитний. До оцінних характеристик належить також більшість візуальних компонентів інтернет-тексту, які переважно передають інформацію, а не ставлення автора.

На комунікативну природу медіатексту вказує його діалогічність: автор намагається вести діалог зі своїми читачами, використовуючи форму звертання, різного виду питання, оклики, розмовну лексику, щоб під час читання тексту створити атмосферу бесіди, а також залучити читача до мовної гри.

У проекції на медіадискурс лінгвомедійні характеристики інформаційно-аналітичних інтернет-текстів відображають сучасні процеси, тенденції, особливості мовної, а в деяких випадках — і соціальної дійсності.

Таким чином, результати дисертаційного дослідження свідчать про наявність низки лінгвомедійних характеристик, які демонструють типологічні відмінності інформаційної аналітики від інших типів медіатекстів. Водночас особливості медіатекстів досліджуваного типу відображають загальні мовні тенденції в мові ЗМІ, демонструючи низку суміжних ознак медіа текстів різного типу і доводячи існування єдиного медіапростору та особливої системи мови ЗМІ.

Список опублікованих праць за темою дисертації:

1. Иванова К. А. Способы подачи информации в заголовках русскоязычных информационно-аналитических интернет-статей политического дискурса Украины // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П.Драгоманова. Серія 9: Сучасні тенденції розвитку мов. — Випуск 12. — К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. — С. 72-78
2. Иванова К. А. Позиция автора и способы ее выражения в информационно-аналитических интернет-текстах // Мовні і концептуальні картини світу. — Випуск 51. — К.: Київський університет, 2015. — С. 176-180.
3. Иванова К. А. Объективизация информации в информационно-аналитическом интернет-тексте: ссылки на источник и цитаты // Вісник харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Філологія» — Випуск 71. — № 1127. — Харків, 2014. — С. 37-40.
4. Иванова К. А. Лингвориторические средства установления контакта между автором и читателем в информационно-аналитических интернет-текстах // Мова: Науково-теоретичний часопис з мовознавства. — №22. — Одеса: Астропринт, 2014. — С. 60-64
5. Иванова К. А. Лексические средства интенсификации оценочного значения в информационно-аналитических интернет-текстах // Коммуникативные исследования. — № 3. — Омск, 2015. — С. 87-97.
6. Иванова К. А. Актуализация фоновых знаний политического дискурса в информационно-аналитическом интернет-тексте // Лингвокультурные феномены в коммуникативном пространстве полиэтнического региона: Материалы I международной научной конференции (Ростов-на-Дону, 5-7 ноября 2014 года). — Ростов-на-Дону: Изд-во ЮФУ, 2014. — С. 204-207
7. Иванова К.А. Информационно-аналитические интернет-тексты: подходы к изучению // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. пр. — Вип. 46. — Ч.2. - К.: "Київський університет", 2013. — С. 10-16.
8. Кудрявцева Л. А., Иванова К. А. Дискурс-анализ медиатекста // Русский язык, литература, культура в школе и вузе. — №4 (58). — К., 2014. — С. 22-26.

АНОТАЦІЯ

Хан К. О. Лінгвомедійні характеристики інформаційно-аналітичних інтернет-текстів. - Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.02.02 — російська мова. — Київський національний

університет імені Тараса Шевченка. — Київ, 2016.

Дисертацію присвячено дослідженню лінгвомедійних характеристик російськомовних інформаційно-аналітичних інтернет-текстів. У роботі визначено відмінні риси інтернет-текстів, здійснено функціонально-жанровий опис та встановлено типологічні відмінності інформаційно-аналітичних медіатекстів. Унаслідок аналізу мовного матеріалу встановлено лінгвомедійні особливості, їхні функції та форми об'єктивації. Аналіз текстів проведено з урахуванням комунікативних, когнітивних, соціо-, прагма-, психолінгвістичних, лінгвориторичних та інших факторів. У дослідженні приділено увагу візуальним компонентам, контактовстановлювальним прийомам, лінгвомедійним засобам об'єктивізації та суб'єктивізації висловлювання, розглянуто категорію автора, представлено характеристику загальних лінгвістичних тенденцій сучасного медіадискурсу на прикладі інформаційно-аналітичних інтернет-текстів.

Результати дослідження свідчать про наявність відносно сталого комплексу лінгвомедійних характеристик інформаційної аналітики, що підтверджує її позицію як окремого типу медіатекстів.

Ключові слова: інформаційно-аналітичний медіатекст, інтернет-текст, лінгвомедійні характеристики, медіадискурс, медіалінгвістика.

АННОТАЦИЯ

Хан К. А. Лингвомедийные характеристики русскоязычных информационно-аналитических интернет-текстов. - Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.02 — русский язык. — Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко. — Киев, 2016.

Диссертация посвящена исследованию лингвомедийных характеристик русскоязычных информационно-аналитических интернет-текстов. В работе определены отличительные черты интернет-текстов, представлено функционально-жанровое описание и установлены типологические отличия информационно-аналитических медиатекстов. В результате анализа языкового материала были выявлены лингвомедийные особенности, определены их функции и форма объективации. Анализ текстов проводился с учетом коммуникативных, когнитивных, прагма-, соціо-, психолінгвістических, лінгвориторических и других факторов. В зависимости от функционально-семантической нагрузки лингвомедийные характеристики были отнесены к информативной или оценочной составляющей текста. В исследовании уделено внимание анализу визуальных компонентов, контактоустанавливающих приемов, лингвомедийных способов объективизации и субъективизации высказывания, рассмотрению категории автора и авторской модальности, а также представлена характеристика общих лингвистических тенденций в современном медиадискурсе на примере информационно-аналитических интернет-текстов.

Процесс глобальной медиатизации общества обусловил актуальность

вопроса о взаимодействии человека с масс-медиа, что выдвигает проблему исследования средств массовой информации, в том числе и с точки зрения лингвистики и медиалингвистики. Информационно-аналитический медиатекст является важной и неотъемлемой составляющей медиaprостранства, их основная функция — интерпретация, анализ событий, явлений реальной действительности, то есть, в общем, интерпретация мира. Поэтому информация, содержащаяся в текстах данного типа, обладает мощным воздействующим потенциалом и способна влиять на картину мира реципиентов. Целесообразность исследования интернет-текстов обусловлена их широкой распространенностью и высокой частотой использования Интернета в качестве средства массовой информации.

В основу исследования положено понимание медиатекста как дискретной единицы медиапотока и интернет-текста как одной из форм репрезентации медиатекста. К основным характеристикам текста масс-медиа были отнесены адресность, актуальность, динамичность, открытость, поликодовость, особый тип атвора и текстовой модальности. Интернет-текст имеет все вышеуказанные признаки наряду с такими его особенностями, как гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность.

Особенность информационно-аналитического медиатекста была выявлена в наличии аналитического компонента (причинно-следственные связи, аргументация, выражение мнения и оценки в целом).

Как показал отобранный материал, наиболее распространенным жанром среди исследуемого типа текстов — жанр статьи, который может совмещать элементы информативных, аналитических и публицистических жанров.

В работе были выделены две основные составляющие информационно-аналитического медиатекста — информативная и оценочная. К информативной основе были отнесены фоновые знания, ссылки на источник и цитаты, гиперссылки, тезисы автора и логические суждения. Среди компонентов оценочной составляющей были выделены оценочные лексемы (стилистически нейтральные и стилистически маркированные), окказионализмы, фразеологические единицы, прецедентные феномены, метафора, а также графические элементы. Отдельное внимание уделено рассмотрению контактоустанавливающих элементов — лингвориторических приемов, с помощью которых автор может устанавливать контакт с аудиторией.

Как показали результаты исследования, категория автора в информационно-аналитическом интернет-тексте является стиле-, жанро- и текстообразующей и проявляется в каждом аспекте рассмотрения текста (стилистическом, концептуальном, с точки зрения внутритекстовой организации, при анализе языковых единиц и т. д.).

В работе также были продемонстрированы современные языковые тенденции в русскоязычном медиадискурсе на примерах из информационно-аналитических интернет-текстов.

Результаты исследования свидетельствуют о существовании относительно устойчивого комплекса лингвомедийных характеристик информационной

аналитики, что подтверждает ее статус отдельного типа медиатекстов. Главная функция информационно-аналитических медиатекстов (функция интерпретации), реализуется в двух направлениях — объективизации и субъективизации, выбор которых зависит от позиции автора, его рецепции окружающей действительности и целевых установок.

Ключевые слова: информационно-аналитический медиатекст, интернет-текст, лингвомедийные характеристики, медиатекст, медиалингвистика.

SUMMARY

Khan K. O. Medialinguistic Characteristics of the Informational-analytical Internet-texts in Russian Language.

Thesis for Candidate Degree in Philology, specialty 10.02.02 — Russian language. - Kyiv National Taras Shevchenko University. - Kyiv, 2016. The thesis is devoted to the investigation of medialinguistic characteristics of the informational-analytical Internet-texts in Russian language. The distinctive features of Internet-texts are specified, the functional-janre description is performed and analytical mediatexts' typological distinctions are mentioned. As a result of texts' analysis the medialinguistic features have been determined, their functions and verbalized forms have been described. The communicative, cognitive, pragmatic, socio-, psycholinguistic, rhetorical-linguistic and other factors have been taken into account during the analysis. Some chapters touches upon the issue of visual components of the text, means of establishing the contact between the author and the reader, means to make the utterance objective or subjective, the category of the author and author's modality has been considered, the description of general linguistic tendencies in mediadiscourse is given on the example of informational-analytical Internet-texts.

The results of investigation testify the existence of certain set of analytical mediatexts' characteristics which proves its status of separate kind of mediatexts.

Keywords: the informational-analytical mediatext, Internet-text, medialinguistic features, mediadiscourse, medialinguistics.