

На правах рукописи

КУДРИНА

Лада Владимировна

**Структура новостных текстов и их лексические особенности
(на примере социальных сетей и интернет-СМИ)**

Специальность 10.02.01 – русский язык

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Санкт-Петербург

2020

Работа выполнена на кафедре литературы и русского языка Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования Ленинградской области «Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина»

Научный руководитель

Ягодкина Марьяна Валериевна,
доктор филологических наук, профессор,
заведующая кафедрой рекламы и общественных
коммуникаций, Государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
Ленинградской области «Ленинградский
государственный университет имени А. С. Пушкина»

Официальные оппоненты

Шаталова Ольга Васильевна,
доктор филологических наук (специальность 10.02.01 –
русский язык), профессор кафедры русского языка и
литературы, Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Липецкий государственный педагогический университет
имени П.П. Семенова-Тян-Шанского»

Щукина Дарья Алексеевна,
доктор филологических наук (специальность 10.02.01 –
русский язык), профессор, заведующий кафедрой
русского языка и литературы, Федеральное
государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский горный университет»
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Балтийский федеральный университет
имени Иммануила Канта»

Ведущая организация

Защита состоится «21» мая 2020 г. в 09.00 часов на заседании совета по защите диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, на соискание учёной степени доктора наук Д 212.168.09 в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого» по адресу: 173014, Великий Новгород, Антоново, ауд. 1209.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке и на сайте Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого <http://www.novsu.ru>, с авторефератом – на сайте <https://vak.minobrnauki.gov.ru>.

Автореферат разослан «___» _____ 2020 года.

Учёный секретарь диссертационного совета,

кандидат филологических наук, доцент



В.И. Макаров

Общая характеристика работы

С возникновением и развитием интернета изменились различные сферы человеческой жизни. Язык, динамично отражающий перемены в обществе, не только чутко на них реагирует, но и меняется сам. Внедрение цифровых технологий привело к коренным преобразованиям в системе массовых коммуникаций, весомой частью которой являются средства массовой информации. Формирование новых типов средств массовой информации, жанров и форматов, изменение модели взаимоотношения с адресатом не могут происходить в отрыве от языка.

Новостные тексты, реализующие информационную функцию с помощью сообщений, считаются базовыми в системе СМИ. В количественном отношении в массиве публицистических текстов они занимают лидирующую позицию. Их значение и влияние на социум и индивидуума огромно. «Новостные тексты составляют важнейшую часть национального культуроидеологического контекста, являющегося результатом культурно-речевой деятельности того или иного говорящего коллектива»¹.

Несмотря на то, что новостные тексты обладают устойчивой структурой и считаются самым строгим жанром СМИ, они испытывают влияние интернета как новой коммуникационной среды. Огромное воздействие он оказывает на лексику как самую подвижную и гибкую часть системы современного русского языка.

Стремительный рост цифровых технологий стал одной из причин возникновения нового междисциплинарного направления в науке, которое рассматривает новостные тексты в контексте единого информационного пространства, в сочетании языковых и экстралингвистических факторов и которое сегодня выделяется в отдельную научную отрасль — медиалингвистику². С развитием новой дисциплины обновляется терминологическая база; наряду с «медиаречью» и «медиатекстами» и как их важная часть изучаются новостные тексты. «Медиалингвистика превращается в мощное направление медиаисследований, потому как при всей изменчивости медиасферы ее основным сферообразующим моментом остается язык»³.

Актуальность данного исследования обусловлена общей современной коммуникативной и социокультурной ситуацией и её отражением в языке

¹Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Т. Г. Добросклонская. М: Флинта, 2008. С. 61

² Термин впервые употреблен Т.Г. Добросклонской (см. Добросклонская Т.Г. Вопросы изучения медиатекстов / Т. Г. Добросклонская. М, МГУ, 2000. 286 с.).

³ Шмелёва, Т.В. Медиалингвистика: терминологический аспект / Т.В. Шмелёва // Вестник Новгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2015. № 4(87). Ч. 1. С.32–35.

электронных СМИ и объясняется научным интересом к специфике, трансляции и интерпретации новостных текстов интернет-СМИ.

Степень разработанности научной проблемы

В своих работах о языке интернет-изданий пишут Т. Г. Добросклонская, Т. В. Шмелева, А. А. Негрышев, Л. Р. Дускаева, Я. Н. Засурский, М. Ю. Казак, О. Я. Гойхман, Е. И. Горошко, Т. С. Дроняева, С. И. Сметанина, Г. Н. Трофимова, И. А. Шевелёва и другие. Однако большинство исследований проведено на материале иноязычной прессы.

Структура сетевых новостных текстов исследована в трудах А. А. Амзина, А. А. Калмыкова, А. А. Негрышева, Л. Р. Дускаевой. С помощью дискурсивного анализа во взаимосвязи тематических, стилистических и схематических макроструктур текста структуру новостных сообщений выявил и описал Т. Ван Дейк.

Научным проблемам, связанным с лингвистическими признаками новостных текстов интернет-изданий, посвящены диссертационные исследования Е. Ю. Баженовой, Г. В. Вирена, Ю. С. Воротниковой, И. А. Ильиной, К. Д. Кирии, С. А. Лысенко, Ю. В. Шемелиной. Гипертекстовая природа электронных текстов исследуется в научных работах Н. Ф. Буториной, Е. И. Горошко, О. В. Дедовой, Л. Р. Дускаевой, Я. Н. Засурский, М. Ю. Казак, Т. И. Рязанцевой. Анализ речевой коммуникации, осуществляемой в медийном пространстве, встречается в трудах О. Я. Гойхмана, А. А. Негрышева, Г. И. Нецименко, Е. В. Шелестюк.

Вместе тем, учитывая скорость развития технологий в СМИ и связанные с ними активные процессы в русском языке, следует признать, что лексика и структура новостных текстов интернет-изданий еще не получила полного научного осмысления.

Объектом исследования являются новостные тексты интернет-изданий на русском языке, а **предметом исследования** — их языковые, форматные, содержательные особенности.

Целью исследования является выявление особенностей структуры и лексического состава новостных текстов интернет-СМИ.

Достижение указанной цели сопряжено с решением ряда конкретных **задач**, в числе которых:

- установить специфические признаки новостного текста интернет-изданий;
- определить базовую структуру новостных текстов и стандартные лексические признаки новостных текстов интернет-СМИ;
- охарактеризовать тематическую организацию интернет-СМИ;
- выявить в новостных текстах интернет-изданий разновидность лексики во взаимосвязи с задачами авторов.

Материалом для исследования послужила выборка из 1000 новостных текстов российских интернет-изданий. Рассматривались только сайты изданий, зарегистрированные в Роскомнадзоре в качестве средств массовой информации. Эмпирический материал был отобран методом частичной выборки из интернет-источников: «РИА Новости» (<https://ria.ru>), «Известия» (<https://iz.ru>), «Лента» (<https://lenta.ru>), «Газета.ру» (<https://www.gazeta.ru>), «Фонтанка» (<https://www.fontanka.ru>), «Эхо Москвы» (<https://echo.msk.ru>), «47 Ньюс» (<http://47news.ru>), «Медуза» (<https://meduza.io>), «Коммерсант» (<https://www.kommersant.ru>), «Бизнес ФМ» (<https://www.bfm.ru>), «Комсомольская правда» (<https://www.spb.kp.ru>), «Московский комсомолец» (<https://www.mk.ru>), «Аргументы и факты» (<http://www.aif.ru>), «Метро» (<http://www.metronews.ru>), «Пятый канал» (<http://www.5-tv.ru>), «НТВ» (<http://www.ntv.ru>), «Российская газета» (<https://rg.ru>). В подборку текстов также вошли материалы с сайтов СМИ в социальных сетях, отобранные в 2016–2019 гг.

Теоретическая и методологическая база исследования

Методологической базой диссертации выступают работы лингвистов Н. С. Валгиной, В. В. Виноградова, И. Р. Гальперина, Т. А. Гридиной, М. Т. Дьячка, Е. А. Земской, В. И. Карасика, Ю. Н. Караулова, Ю. О. Коноваловой, В. Г. Костомарова, Л. П. Крысина, Е. И. Литневской, В. М. Мокиенко, К. П. Сидоренко, В. З. Санникова, В. В. Химики; труды лингвистов и исследователей медиатекста Т. А. Ван Дейка, Т. Г. Добросклонской, Т. С. Дроняевой, Л. Р. Дускаевой, М. Ю. Казак, А. А. Калмыкова, А. А. Негрышева, С. И. Сметаниной, Г. Я. Солганика, Г. Н. Трофимовой, И. А. Шевелёвой, Т. В. Шмелёвой. Автор также опирался на работы культурологов и философов Р. Барта, М. М. Бахтина, Д. С. Лихачёва, У. Эко и др.

Методологической основой исследования выступает группа методов лингвистического анализа текстов, направленная на изучение языковых средств новостных текстов интернет-СМИ. Исследование функционирования лексических единиц в текстах новостей, их порождения, структуры и интерпретация проведено с опорой на лексический, стилистический, контент-анализ, дискурсивный анализ текстов. Для определения языковых типологических особенностей новостных сетевых текстов ключевыми являются исследование лексического состава текстов, лексико-семантический, компонентный, контекстуальный и функциональный анализ лексических единиц текста. Речевую организацию языковых средств позволяет обнаружить выявление стилеобразующих средств, маркированных единиц, языковых приёмов. В качестве дополнительного инструмента привлечен количественный метод контент-анализа, помогающий выявить характерные особенности новостных текстов интернет-изданий. Кроме

того, для решения поставленных задач использовались методы наблюдения, описательный метод, индуктивный метод.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в том, что впервые выявлены лексические особенности новостных текстов интернет-изданий на русском языке во взаимосвязи с их структурой. В данной работе представлен новый взгляд на сочетание «стандарта» и «экспрессии» в новостных текстах в условиях цифровой журналистики.

Теоретическая значимость диссертационной работы определяется тем, что в исследовании проанализированы теоретические аспекты создания новостных текстов, проведён сопоставительный анализ текста и гипертекста. В работе также исследована поликодовость, или креолизация, новостных текстов в контексте медиаконвергенции СМИ.

Практическая значимость исследования заключается в возможном широком использовании полученных результатов в лекционных и практических занятиях в вузах и в создании учебников по темам «Лингвистика текста», «Лексикология», «Язык средств массовой информации», «Стилистика».

На защиту выносятся следующие положения

1. Новостные тексты интернет-изданий представляют собой сложное многоуровневое явление, состоящее из лингвистических и медийных признаков. Специфика современного новостного текста основана на феномене гипертекста. Типологические черты интернет-СМИ, такие как гипертекстовость, мультимедийность и интерактивность, оказывают влияние на структуру и лексический состав новостных текстов.

2. Структура новостных текстов интернет-СМИ, которая строится по принципу релевантности, с помощью гиперссылки меняется на нелинейную и многоступенчатую. При этом структура становится вариативной и целиком зависит от решения адресата.

3. На лексическом уровне главной характеристикой новостных текстов является их клишированность. Среди клишированных выражений выделяются собственно клише, узуально-клишированные словосочетания и устойчивые коллокации. Благодаря своей воспроизводимости и повторяемости клишированные словосочетания хорошо понимаются адресатом и облегчают процесс коммуникации, экономят время как авторов новостных текстов, так и их адресатов.

4. Тематическая организация новостных текстов интернет-СМИ строится по семантическому признаку. В информационном потоке интернет-изданий преобладают новостные тексты общественно-политической тематики.

5. Известное сочетание стандарта и экспрессии в газетных текстах, которые являются родоначальниками интернет-изданий, изменяется в условиях

современной электронной коммуникации в сторону повышенной экспрессивности за счет использования субстандартной и разговорной лексики в новостных текстах (просторечие, жаргон, сленг). Новые виды и форматы интернет-коммуникации также демонстрируют тенденцию к экспансии разговорности в текстах. В связи с этим констатируется стремление к снижению лексической нормы в средствах массовой информации.

Апробация работы. Основные положения и результаты диссертационного исследования обсуждались на кафедре литературы и русского языка Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования Ленинградской области «Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина», были представлены в докладах на международных научных конференциях «Современная наука: проблемы и актуальные пути их решения» (Липецк, 2016), «Пушкинские чтения-2017», «Пушкинские чтения-2018» (Санкт-Петербург, 2017, 2018), «Медиатекст в фокусе медиалингвистики: проблемные аспекты» (Санкт-Петербург, 2020), а также отражены в 12 публикациях автора, в том числе в пяти изданиях, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук.

Диссертация изложена на 202 страницах машинописного текста, состоит из введения, трех глав, заключения, двух приложений и библиографического списка, включающего 190 наименований, в том числе 4 на иностранном языке.

Основное содержание работы

Во **Введении** обоснована актуальность темы исследования, её научная новизна, раскрыта практическая и теоретическая значимость диссертации, определены объект, предмет, границы исследования, уточнены используемые в работе термины, охарактеризованы основные источники и степень разработанности проблематики диссертации, сформулированы её цели и задачи.

Первая глава «Теоретические основы изучения новостных текстов» посвящена краткой истории вопроса. Несмотря на то, что новостные тексты – это базовые тексты средств массовой информации, в отечественной науке пока не сложилось устойчивого терминологического понятия. Также отсутствует единое представление о трактовке терминов «новость», «новостные жанры», «новостные тексты». Большинство исследований, посвященных текстам СМИ, рассматривают их стилистическую направленность, жанрово-функциональную отнесенность или содержат анализ массмедийного дискурса. Долгое время тексты новостей изучались в рамках газетного или газетно-публицистического стиля такими учеными, как В. Г. Костомаров, Т. Я. Солганик, М. Н. Кожина, А. Н. Васильева, И. Р. Гальперин, О. А. Лаптева, И. П. Лысакова. Классическими исследованиями в

лингвистике текста считаются труды Т. ван Дейка, который обращает внимание на структуру речевых сообщений и исследует их с помощью дискурсивного анализа.

Языку новостей посвящены исследования зарубежных и отечественных лингвистов: Л. М. Майдановой, М. Н. Володиной, В. Г. Костомарова, Г. Я. Солганика, Л. Р. Дускаевой, Н. Л. Синячкиной, О. П. Ермаковой, А. А. Негрышева, В. З. Санникова, С. И. Сметаниной, Е. И. Земской, М. Ю. Казак, В. Н. Вакурова, Н. И. Клушина, О. В. Трофимова, Н. В. Кузнецова, Ю. В. Шемелиной, А. Т. ван Дейка, А. Белла и других.

Рассматривая новостные тексты в контексте единого информационного пространства в сочетании языковых и экстралингвистических факторов, специалисты в области медиалингвистики предлагают следующую классификацию медиатекстов: новости, информационная аналитика, реклама и публицистические тексты. При этом исследователи определяют новостные тексты как базовые тексты массовой информации⁴.

Поскольку в информационном потоке новостных интернет-СМИ доминируют тексты новостных заметок, которые более всего соответствуют понятию текстов новостных жанров, в данной работе новостными текстами считаются тексты заметок интернет-изданий. Новостные заметки отличаются сравнительно небольшими размерами, в них излагаются результаты знакомства с предметом, указывается источник информации, отсутствуют указания на специфику изучения вопроса и ход его исследования. Точность, краткость, ясность, оперативность – таковы общие черты для информационных материалов, в том числе для новостных заметок.

В параграфе 1.1. **«Новостной текст как объект лингвистического исследования»** подробно рассматривается позиция новостного текста в теории журналистики и лингвистике, анализируются трактовки понятий «новость», «новостные тексты», «новостные заметки».

С точки зрения лингвистики любой новостной текст является текстом вообще. Следовательно, новостной текст — это сообщение о новом событии или известии, объединённое высказываниями, связанными типами лексической, грамматической и логической связи и прагматической установкой и относящееся к новостным жанрам. Однако этого недостаточно — понятие «новостной текст» также включает обязательные медийные признаки в зависимости от типа и формата интернет-издания. В результате сочетания вербальных и медийных компонентов новостного текста возникает медиатекст.

⁴ Добросклонская, Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь) / Т. Г. Добросклонская. М.: Флинта, 2008. С. 60.

Таким образом, новостной текст – это 1) текст, представляющий собой сообщение о важных событиях, которые отражают явления современной жизни; 2) медиатекст, относящийся к группе новостных жанров.

Кроме того, понятие «новостной текст» включает в себя медийные признаки в зависимости от типа и формата интернет-издания. В единстве вербальных и невербальных компонентов новостных текстов реализуется принцип конвергенции СМИ. Новостной текст в интернет-СМИ за счёт своей гипертекстуальности усложняется.

В параграфе 1.2. «**Лингвистические признаки новостных текстов**» дается описание лингвистических признаков новостных текстов. Определено, что специфика новостных текстов (их форматные особенности — оперативность, принцип новизны, релевантная структурированность) определяет их лингвистические особенности. Оперативность подачи материалов и сжатость текста обусловили использование готовых языковых конструкций для написания новостных текстов. Общий нейтральный невариативный лексический фон новостных текстов позволяет использовать типичные обороты и клише. Все указанные особенности относятся и к печатным газетным новостным текстам.

Основной чертой языка газеты является стремление к стандартизованности и одновременно к экспрессивности «как обязательное и прямолинейно-постоянное соотнесение стандартизованных и экспрессивных сегментов речевой цепи, их чередование и контрастирование, характер которого в деталях материализации зависит уже от частных особенностей моделируемой газетной действительности»⁵.

С развитием интернет-технологий возросла оперативность журналистской работы, а значит, клишированность новостных текстов осталась высокой. Среди клишированных лексических единиц выделяются публицистические клише, характерные для новостных жанров, использующиеся для связки частей текста в единое структурное целое. Из 30 новостных текстов в исследовании выделены 104 публицистических клише (собственно клише). Все они являются глагольными конструкциями. Например, *об этом сообщает пресс-центр ведомства, по данным информированного источника, РБК писало, в мае «Коммерсант» писал, об этом пишет в своем фейсбуке, написал Шаров, он отметил, директор галереи добавил, также Шаров опубликовал видео, на сайте "Винзавода" говорится*.

Другим, бóльшим в количественном отношении лексическим пластом новостного текста являются узуально-клишированные словосочетания и устойчивые коллокации. Как показал анализ, наиболее частотны узуально-

⁵ Костомаров, В. Г. Русский язык на газетной полосе / В. Г. Костомаров. М.: Изд-во МГУ, 1971. С.75.

клишированные словосочетания, такие как *МВД возбудило, уголовные дела о мошенничестве, в особо крупном размере, по фактам хищений денег, следственные действия, полиция пытается, установить виновных, было возбуждено, дело о хищении*. Также распространенными являются устойчивые коллокации. Например, *речь идет, были выделены, существенно понизит, уровень знаний, повысит уровень стресса, истинной целью, реформы образования, полная деградация и ассимиляция*. Так, из 13 отобранных новостных текстов выделяется 193 (52,5%) узуально-клишированных словосочетаний и 111 (30,1%) устойчивых коллокаций. Общеизвестные публицистические клише, которые используются для связки частей текста или указывают источник информации, представлены в ограниченном количестве — 64 (17,4%).

Данные стереотипные слова и словосочетания представляют каркас новостного текста, они строго соответствуют тематике новости. В конструкцию клишированных единиц нередко встроены гиперактивные ссылки на другие новостные тексты, что связано с уникальной структурой новостных текстов в интернете.

В параграфе 1.3. «**Структура новостных текстов**» рассматривается структура гипертекстовых текстов интернет-СМИ. Долгое время новостные тексты считались самыми консервативными среди других жанров медиатекстов. По мнению отечественных учёных, новостные тексты обладают устойчивой структурой, которая состоит из ядерной, конвенциональной и комментирующей частей⁶.

В свою очередь, Т. А. Ван Дейк рассматривает структуру новостного текста как элемент дискурса. По его мнению, новостное событие формируется с помощью нарративной схемы: краткое содержание (заголовок и вводка), главное событие, фон и комментарий⁷.

С возникновением и развитием гипертекста структура новостных текстов интернет-СМИ стала нелинейной и многоступенчатой. Во-первых, исследователями отмечается поверхностное прочитывание информации современным пользователем интернета. Поэтому «текст стал строиться из блоков, так сказать, разделяющих информацию по легко проглатываемым порциям, что обеспечивает оперативность и незатруднённость её восприятия»⁸. Во-вторых, индивидуальное прочтение новостных текстов каждым пользователем приводит к

⁶ Дроняева, Т. С. Информационный подстиль / Т. С. Дроняева // Язык средств массовой информации. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. С.674.

⁷ Ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / Т.А. Ван Дейк. — Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

⁸ Костомаров, В. Г. Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. М.: Гардарики, 2005. С. 197.

множественности или многоступенчатости новостных текстов. Так возникли «ведущие закономерности композиционного строения новостного гипертекста — ступенчатость, многовекторность, — которые в речевой структуре обеспечиваются проспективностью и ретроспективностью, а также поддержкой напряженности изложения»⁹.

Проведённый анализ 20-ти новостных текстов интернет-СМИ и социальных сетей в данном подразделе диссертации позволил сделать выводы об их вариативной структуре, представляющей собой нелинейное незавершённое многоуровневое явление, состоящее из блоков предложений, в которых информация публикуется (чаще всего) в соответствии с принципом релевантности.

Совокупность новостных текстов на сайтах СМИ образует новостной дискурс, так как один новостной текст соотносится со множеством других с помощью гиперссылочных связей. Поскольку новости на основные темы никогда не заканчиваются, то новостные ленты и тексты постоянно дополняются новой информацией. С данной особенностью связана незавершённость новостных текстов.

Таким образом, структура новостных текстов интернет-изданий представляет собой нелинейное незавершённое многоуровневое явление, состоящее из блоков предложений, в которых информация публикуется (чаще всего) в соответствии с принципом релевантности.

В параграфе 1.4. **«Гипертекстуальность как структурный признак новостного текста»** с помощью сравнительного анализа текста и гипертекста выявляются признаки гипертекста. Нелинейный способ подачи информации существовал и раньше, однако нелинейность интернета уникальна. Кроме нелинейности исследователи выделяют следующие черты гипертекста: интерактивность, дисперсность, разнородность и мультимедийность.

Гипертекст в первую очередь является текстом. В лингвистике существует более сотни определений текста. По определению Н. С. Валгиной, «любой текст — разнофункциональный и разномодальный — это прежде всего совокупность предложений-высказываний, которые, группируясь на основе смысловых и структурных (межфразовых) связей, объединяются в единицы текста — межфразовые единства, компоненты или фрагменты текста, наконец, в целое речевое произведение»¹⁰. В соответствии с текстоцентрическим подходом И. Р. Гальперин выделяет следующие концептуальные признаки текста, получившие название грамматических категорий: информативность, когезию,

⁹ Дускаева, Л. Р. Речевая структура новостных текстов сетевых изданий / Л. Р. Дускаева // Вестник Пермского университета. 2014. Вып. 1(25). С. 179.

¹⁰ Валгина, Н. С. Теория текста / Н. С. Валгина. М.: Логос, 2003. 173 с.

континуум, членимость, автосемантию отрезков текста, ретроспекцию, модальность, интеграцию¹¹.

В отношении средств массовой коммуникации многозначное понятие «гипертекст» используется в значении способа организации информации. Итак, гипертекст — текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов.

Так, гипертекст представляет собой иерархию текстов, которая ведёт к множественности текстов, поэтому, с одной стороны, его необходимо исследовать как традиционный текст. Однако в рамках нашего исследования нельзя не учитывать влияния на новостной текст медийных признаков гипертекста, например, его визуальной оставляющей, в связи с чем становится очевидным, что изучение феномена гипертекста требует комплексного подхода.

Вторая глава **«Специфика новостных текстов интернет-изданий в системе СМИ»** посвящена выявлению основных форматных, функциональных и тематических характеристик новостных текстов интернет-СМИ.

В параграфе 2.1. **«Форматные признаки новостных текстов в интернет-СМИ»** анализируются медийные характеристики новостных текстов. Опираясь на исследования учёных в сфере креолизации текстов и проведённый анализ, можно утверждать, что интеграция визуальных компонентов с текстами в новостных текстах интернет-изданий используется для внедрения дополнительных или дублирующих смыслов сообщений. Приёмы креолизации являются осознанным выбором редакций СМИ. Несмотря на то, что данная тема не является предметом настоящего исследования, необходимо подчеркнуть, что она представляет научный интерес и нуждается в специальном изучении.

Новостной текст в интернет-СМИ представляет собой сложное многоуровневое явление, которое базируется на тексте и обладает форматными признаками всех каналов вещания. С момента появления интернета и развития технологий краткость и сжатость являются важнейшими признаками новостных текстов.

В параграфе 2.2. **«Функции новостных текстов интернет-изданий»** подробно рассматриваются информационная и воздействующая функция новостных текстов интернет-СМИ. Новостные тексты интернет-изданий, являющиеся преемниками газетных текстов, сохранили традиционные приёмы языковой игры, такие как использование прецедентных текстов, цитат, фразеологизмов. Их широкое использование в новостных текстах интернет-изданий помогает реализации воздействующей и развлекательной функции СМИ.

¹¹ Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. М.: КомКнига, 2007. 144 с.

Воздействующая функция новостей в наибольшей степени проявляется в сильных экспрессивных позициях новостного текста, которыми являются заголовок и комментарий. Кроме того, воздействие на адресата осуществляется автором на уровне отбора фактов, положенных в содержание новостного текста.

Одновременно в современных интернет-СМИ отмечается усиление реализации информационной функции новостных текстов за счет повышения частотности глагольных заголовков.

В разделе 2.3. «**Тематика и тематические группы новостных текстов в интернет-СМИ**» приводится анализ 156 новостных текстов в соответствии с тематикой. В результате контент-анализа выявлено, что структурирование новостного потока происходит по следующим базовым темам средств массовой информации: *политика, экономика, бизнес, общество, образование, спорт, культура*. Именно этот факт связан с нейтральным изложением, обилием аббревиатур и номинаций, цифр и числительных, клишированных слов и словосочетаний в новостных текстах — всем тем, что стилистически отличает их от других текстов интернет-СМИ.

В целом список тем (топиков) у всех средств массовой информации одинаковый, по-разному названы рубрики, что соотносится с универсальностью категорий языковой картины мира в СМИ.

Дискурсивный анализ обнаруживает тесную взаимосвязь между глобальными суперструктурами и микроструктурами новостного текста, то есть связь между семантикой и лексикой. Для новостных текстов на политические темы характерны общественно-политическая лексика и фразеология, а именно номенклатурные наименования ведомств, органов, экономические и религиозные термины, официальные номинации административных единиц; терминология электоральных стратегий и технологий, географические названия, наименования политических партий, движений, течений и их членов (участников), политический и правовой жаргон. «Будучи "усредненным языком нации", язык СМИ охватывает всю жизнь нации — все, что имеет общественный интерес... И первое, ведущее место среди этих сфер принадлежит политике»¹².

Тематическая широта новостных текстов интернет-изданий определяет разнообразие используемых лексических средств. Их специфика анализируется в **третьей главе** исследования «**Лексические особенности новостных текстов в интернет-изданиях**».

Тексты интернет-СМИ, являясь частью публицистического стиля, изменяют традиционное соотношение стандартизованных и экспрессивных сегментов речи.

¹² Солганик, Г. Я., Дроняева, Т. С. Стилистика современного русского языка и культура речи / Г. Я. Солганик, Т. С. Дроняева. М.: Изд. центр «Академия», 2008. С. 17.

Технологизация средств массовой информации привела к усложнению медийной составляющей новостных текстов, что не может не отразиться в языке.

Являясь открытой подвижной системой, язык публицистического стиля испытывает влияние разговорной речи. В параграфе 3.1. «**Разговорная лексика в новостных текстах интернет-изданий**» проведён анализ разговорной лексики 25 новостных текстов, отобранных с помощью мониторинга 400 новостных текстов.

В них выявлено 35 разговорных лексических единицы: *раскошеливать, пиариться, дебил, куш, выслужиться, открестилась, разнос, расхотел, греча, кура; навеселе, шпаргалка, вирус-«дурак», дебошир, дебош, засранец, мудака, уклонист, обругали, нелегал, кретины, наплевать, стащил, перепалка, полуторка, трёхоска, отлупил, швыряли, обругали, нищеброд, психушка, трёхоска, приветят, алкаш.*

Большинство приведенных лексем (26), такие как *шпаргалка, пиариться, дебошир, дебил, нелегал, полуторка, стащил, психушка, перепалка, приветят, обругал, уклонист, выслужиться и пр.*, можно отнести к разговорно-литературным словам или словам с минимальной стилистической сниженностью.

Слова *наплевать, отлупить, нищеброд, приветят, алкаш* определяются как разговорно-сниженные. Некоторые разговорно-сниженные единицы были зафиксированы в словарях первой половины 20 века¹³ как просторечные (*наплевать, отлупить, алкаш*) или диалектные (*приветить*). Однако в настоящий момент они претендуют на вхождение в языковой стандарт, так как пополнили пласт разговорной лексики. Слова *кретин, засранец, мудака, болван* относятся к бранной, грубой лексике разговорного языка. Бранные слова считаются лексикой ограниченного употребления.

Таким образом, в новостных текстах интернет-изданий наряду с общеупотребительной используется в основном разговорно-литературная лексика (26). Авторы новостных текстов достаточно редко включают в них грубую бранную лексику (4) и разговорно-сниженные единицы (5). Исследование показало, что использование бранных слов и сниженной лексики связано с их расположением в комментирующем блоке новостных текстов. Таким образом журналисты передают чужую речь. Разговорно-сниженная лексика также употребляется в заголовках с целью эпатирования читателя, создания интриги и негативной оценки. Большинство отечественных учёных относят разговорную речь к литературному языку. Следовательно, использование в новостных текстах разговорной лексики расширяет ядро литературного языка.

¹³ Толковый словарь русского языка: В 4 т. [Электронный ресурс]. М.: Сов. энцикл.: ОГИЗ, 1935–1940. Режим доступа: <http://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/default.asp> (дата обращения: 10.02.2018).

В параграфе 3.2. «**Просторечная лексика в новостных текстах интернет-изданий**» определяется современная дифференциация социолектов, отдельное внимание уделяется пониманию просторечия. Обзор четырёхсот новостных текстов интернет-изданий «Известия.ру», «Лента.ру», «Фонтанка.ру», «Эхо.мск.ру», НТВ.ру» и социальной сети В Контакте «Лентач» обнаруживает шесть употреблений просторечных единиц в новостных текстах, а именно а именно *балда*, *раздолбанная*, *бабий*, *быдло*, *объявился* и словосочетание *набить морду*. В новостных текстах интернет-СМИ используются просторечные единицы, составляющие речевой узус и тяготеющие к литературному языку, а также жаргонно-просторечные образования. Использование просторечия в комментариях и заголовках обусловлено повышенной экспрессивностью этой части новостных текстов.

Параграф 3.3. «**Жаргонная лексика в новостных текстах интернет-изданий**» посвящён анализу жаргонизмов в новостных текстах интернет-СМИ.

В связи с тем, что жаргонизмы демонстрируют принадлежность к определённой социальной группе, их использование в новостных текстах интернет-изданий объясняется языковой стилизацией, то есть стремлением авторов дать речевую характеристику герою новости. Однако также отмечается их активное использование в заголовках для реализации воздействия на адресата. Жаргонизмы широко реализуют экспрессивную функцию, часто со сниженной или негативной окраской.

В четырёхстах новостных текстах интернет-СМИ и социальных сетей отобраны 19 лексем: *откатчики*, *дембель*, *прокололись*, *грёбанный*, *барыга*, *бомбила*, *палёный*, *беспредел*, *хавбек*, *прослушка*, *домушник*, *смотрящий*, *братва*, *авторитет*, *зачистка*, *кошмарить*, *отморозки*, *главарь*, *бегал*, *цапались*. Из-за несовпадений помет в словарях и терминологической нечёткости лингвистических явлений «арго», «жаргон», «сленг» определённо можно идентифицировать следующие лексемы: жаргонизмы (12) *кошмарить*, *хавбек*, *дембель*, *бомбила*, *смотрящий*, *братва*, *авторитет*, *отморозок*, *зачистка*, *прослушка*, *домушник*, *палёный*; арготизм *грёбанный* (1); разговорные единицы *цапались*, *бегал* (2).

Слова *беспредел*, *откатчик*, *проколоться*, *кинул* (4), расширив свои лексические значения, то есть получив вторичные номинации, функционируют в настоящий момент в разговорной сфере русского литературного языка, что доказывают пометы современных академических словарей. Причем анализируемые слова имеют разное происхождение, например, единицы *кинуть*, *проколоться*, *беспредел* берут начало в воровском арготизме. Лексема *откатчик* — из жаргона коммерсантов. Таким образом, в новостных текстах интернет-СМИ реализуется экспрессивный потенциал разнородной жаргонной лексики.

Выявлению и исследованию сленга посвящен параграф 3.4. **«Сленговая лексика в новостных текстах интернет-СМИ».**

К понятию «сленг» учёные относят разные языковые явления. Некоторые учёные считают, что это сниженный пласт литературного языка (В. А. Хомяков)¹⁴, другие относят его к субстандарту (В. В. Химик)¹⁵. В современном понимании он трактуется как общий жаргон, который с одной стороны вбирает в себя лексические единицы из жаргонных систем, а с другой стороны, перешагивая эту социальную дифференцированность, становится общим.

Исследование четырёхсот новостных текстов выявило 11 сленгизмов: *договорняк, мажор, аут, зашибись, кинул, рейв-тусовка, рейв-бар, спалиться, палево, палиться, пахать*. Сленгизмы *договорняк, аут* — из спортивного жаргона; *зашибись, спалиться, палиться, кинул, пахать, мажор* — из криминального арго; *рейв-тусовка, рейв-бар* — из сферы молодёжного общения. Такова разнородная суть сленга, который представляет собой лексику различных возрастных, социальных и профессиональных объединений. Благодаря экспрессивности сленга, он используется в новостных текстах интернет-СМИ и социальных сетей, в особенности в заголовках и комментариях, что обусловлено их специфичной ролью в структуре новостных текстов.

Существенный пласт лексики новостных текстов интернет-СМИ составляют заимствования, которые рассматриваются в параграфе 3.5. **«Заимствованная лексика в новостных текстах интернет-изданий».** В данном разделе диссертации из 50 выделено 15 новостных текстов с 17-ю заимствованными лексическими единицами.

Из 17 выделенных десять являются заимствованиями из английского языка. Слова *блогер, трек, аккаунт, биткоин, смартфон, кроссовер, VIP-камера, хакер, ритейлер, баннер* представляют собой неологизмы. Лексемы *пистолет, плагиат, камера, экс, санкции, контрсанкции* имеют греко-латинские корни и относятся к интернациональной лексике. Итого, десять лексем являются англицизмами или американизмами, семь — греко-латинскими терминами международной лексики.

На современном этапе констатируется иноязычное влияние на русский язык, которое реализуется в проникновении в язык большого числа заимствованных слов, особенно англицизмов и американизмов. Кроме того, в лексике новостных текстов интернет-СМИ активно используются давно заимствованные из европейских языков термины и обозначения.

¹⁴ Хомяков, В. А. О термине «сленг» (Из истории вопроса) / В.А. Хомяков // Вопросы теории английского и немецкого языков. Уч. зап. Л., 1969. Т. 352. С. 77.

¹⁵ Химик, В. В. Поэтика низкого, или Просторечие как культурный феномен / В. В. Химик. СПб.: Филол. ф-т СПбГУ, 2000. С. 7–66.

В настоящий момент новостные тексты интернет-изданий представляют собой сложное многоуровневое явление, состоящее как из общеупотребительной, так и из субстандартной лексики. Одновременные разнонаправленные тенденции газетного языка, отмеченные В. Г. Костомаровым как единство стандарта и экспрессии, продолжают реализоваться в новостных текстах в новом качестве.

Всего в данной главе исследовано четыреста пятьдесят новостных текстов интернет-СМИ и социальных сетей. В исследовании обнаружено присутствие разговорной лексики, а именно 41 разговорная единица. В тех же новостных текстах выявлены и исследованы 12 жаргонизмов, 11 сленгизмов, шесть просторечий. Субстандартная лексика (всего 29 единиц) обнаруживается в исследованных новостных текстах интернет-изданий в заголовках и комментариях как яркий стилистический элемент экспрессии.

Значительное место в лексике и фразеологии новостных текстов занимают заимствованные слова, главным образом, англицизмы и американизмы. В пятидесяти новостных текстах выявлено и проанализировано 17 заимствований, десять из которых являются неологизмами, то есть они появились в языке относительно недавно и не успели попасть в словари. Очевидно, что интенсивное иноязычное влияние со стороны английского языка обусловлено, в том числе появлением новых номинаций, особенно в сфере компьютерных технологий.

Неоднородная картина употребления лексических средств в современных новостных текстах усложнилась за счет технологических особенностей интернета. Гиперссылочная структура текста в новостных материалах СМИ служит как для обозначения жанровых особенностей (ссылки на источники), так и различным прагматическим целям автора (сокращение объёма статьи или переход на другой новостной текст).

Исследование показало, что основным лексическим составом новостных текстов является стандартный литературный язык. Разговорные единицы в заголовках и комментариях новостных текстов, несмотря на некоторую долю разговорно-сниженных слов (1%), в целом носят разговорно-литературный характер.

С другой стороны, в лексике новостных текстов можно встретить просторечные слова, сленгизмы, жаргонизмы и любые другие разговорные единицы. Однако количество их относительно невелико: 41 разговорное слово, 12 жаргонизмов, 11 сленгизмов, 6 просторечных единиц из 400 новостных текстов. Данное явление объясняется тем, что новостные тексты – это самый устойчивый и консервативный информационный жанр СМИ.

Таким образом, новостные тексты с субстандартной лексикой составляют 7,2% от общего количества исследуемых новостных текстов, а стандартная лексика занимает 92,8% новостных текстов интернет-СМИ и социальных сетей.

В результате отдельного исследования еще 50-ти текстов обнаружены и проанализированы 17 иноязычных лексических единиц. Все они являются заимствованиями, 10 (59 %) из них англицизмы или американизмы.

Несмотря на то, что циркуляция разговорных единиц и конструкций в новостных текстах интернет-изданий по сравнению с советской публицистикой значительно выросла, она не определяется преобладающей в цифровом значении и сниженной в стилистическом регистре. В основном это умеренно-сниженная лексика. Случаи использования журналистами субстандартных и сниженных единиц обусловлены прямой речью в комментариях или задачей привлечения внимания в заголовке новостного текста.

Также в результате исследования выявлено «перемещение» лексических единиц между арго, жаргоном, сленгом, просторечием и разговорной лексикой. Несовпадение в словарных дефинициях и примеры использования в интернет-СМИ позволили проследить путь некоторых лексических единиц от жаргона до разговорной лексики литературного языка, от арго до сленга.

В **Заключении** подводятся итоги диссертационного исследования, формулируются выводы и намечаются перспективы исследования.

Основное содержание работы нашло отражение в следующих **публикациях автора**:

Статьи в изданиях, входящих в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук:

1. Кудрина, Л. В. Влияние Интернет-коммуникаций на современное информационное поле / Л. В. Кудрина / **Филологические науки. Научные доклады высшей школы.** – 2016. – № 6. – С. 97–101.

2. Кудрина, Л. В. Реализация воздействующей функции новостных текстов Интернет-изданий / Л. В. Кудрина / **Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология.** – 2018. – № 2. – С. 166–174.

3. Кудрина, Л. В. Анализ лексики СМИ на примере издания 47 News.ru / Л. В. Кудрина // **Вестник Воронежского государственного университета Серия: Филология.** – 2018. – № 3. – С. 133–136.

4. Кудрина, Л. В. Иноязычные слова в новостных текстах интернет-изданий / Л. В. Кудрина // **НИР Современная коммуникативистика.** – 2018. – №5. – С. 49–54.

5. Кудрина, Л. В. Речевые особенности комментария в новостных текстах интернет-изданий / Кудрина Л.В. // **Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика.** – 2019. – №6. – С. 176–194.

Статьи в других изданиях:

6. Кудрина, Л. В. Лексика современных СМИ на примере одной статьи / Л. В. Кудрина // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. 2016. – № 6 (28). – С. 25–29.

7. Кудрина, Л. В. Как социальные сети влияют на структуру и лексику новостей (на примере заголовков) / Л. В. Кудрина // Медиаисследования. – 2017. – № 4-1. – С. 124–131.

8. Кудрина, Л. В. Проблема дифференциации понятий «портал» и «сайт» в условиях новейших медиа / Л. В. Кудрина // Успехи современной науки. – 2017. – Т. 3. – № 3. – С. 86–89.

9. Кудрина, Л. В. Актуальные заимствования в языке СМИ на примере лексемы «фейк» / Л. В. Кудрина // Art Logos (Искусство слова). – 2017. – №1(3). – С. 215–223.

10. Кудрина, Л. В. Лексические особенности новостных текстов Интернет-изданий / Л. В. Кудрина // Пушкинские чтения – 2018. Художественные стратегии классической и новой словесности: жанр, автор, текст: материалы XXIII междунар. науч. конф., 6–7 июня 2018 г.; отв. ред. Т.В. Мальцева. – СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2018. – С. 399–408.

11. Кудрина, Л. В. Просторечная лексика в заголовках интернет-СМИ / Л. В. Кудрина // Медиалингвистика. – 2019. – Т. 6. – Вып. 3. – С. 315–326.

12. Кудрина, Л. В. Медiateкст в фокусе медиалингвистики: проблемные аспекты / Л. В. Кудрина // Электронные средства массовой информации: вчера, сегодня, завтра: материалы XIV Всерос. науч.-практ. конф. – СПб.: СПбГУП, 2020.

(в

печати)

КУДРИНА

Лада Владимировна

**Структура новостных текстов и их лексические особенности
(на примере социальных сетей и интернет-СМИ)**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Подписано в печать 19.03.2020 г. Формат 84x108/32

Усл. печ. л. – 1,4 Уч.-изд. л. – 1,5

Заказ № ... Тираж 100 экз.

Отпечатано в

Адрес

тел.: