

4. Земская, Е. А. Русская разговорная речь. Лингвистический анализ и проблемы обучения: учеб. пособие / Е. А. Земская. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 240 с.
5. Калинина, Е. И. Системно-структурное моделирование внутрижанрового пространства гипержанра «дневник» (на материале британской лингвокультуры): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Е. И. Калинина. – Кемерово, 2012. – 22 с.
6. Кронгауз, М. А. Публичная интимность / М. А. Кронгауз // Знамя. – 2009. – № 12 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/znamia/2009/12/kg10.html>. – Дата доступа: 15.03.2016.
7. Литературный энциклопедический словарь / под ред. В. М. Кожевникова, П. А. Николаева. – М.: Сов. энциклопедия, 1987. – 752 с.
8. Майданова, Л. М. Жанры публицистического стиля / Л. М. Майданова // Стилистический энциклопедический словарь / под ред. М. Н. Кожжиной. – М.: Флинта: Наука, 2003. – С. 79–88.
9. Мясников, И. Ю. Жанры речи в дискурсе периодического издания: специфика дискурса и описательная модель речевого жанра: автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. Ю. Мясников. – Томск, 2005. – 20 с.
10. Пантыкина, Т. С. Особенности идиостиля В. Немирова (на материале городской газеты «Кузнецкий рабочий», 2005–2006 гг.) / Т. С. Пантыкина // Социальная работа, реклама и связи с общественностью в новом коммуникативном пространстве: материалы III Всерос. науч.-практ. конф. (19 мая 2006 г.). – Томск: Изд-во филиала РСГУ в г. Томске, 2006. – С. 297–301.
11. Розенталь, Д. Э. Русский язык. Справочник-практикум: Орфография. Пунктуация. Орфографический словарь. Прописная или строчная? – М.: ООО «Издательский дом “ОНИКС 21 век”»: ООО «Издательство “Мир и образование”», 2005. – 1008 с.
12. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати: учеб. пособие для студентов вузов / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 320 с.

Надежда Смирнова

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова
(Россия)*

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СОБЫТИЯ В ИНТЕРНЕТ-СМИ

Событийный принцип лежит в основе содержательного наполнения текстов средств массовой информации. Это особенно ярко проявляется в новостном медиадискурсе, в котором событие является центральной текстовой категорией. В рамках когнитивной лингвистики разработана сценарная модель репрезентации события. Структуру события формируют такие компоненты, как субъект, объект, время, пространство,

причина, цель, результат, условия или обстоятельства. Эти компоненты, присущие референтному событию, в текстовом событии могут выражаться как эксплицитно, так и имплицитно. По мнению исследователей, для интерпретации события в СМИ наиболее значимыми (и, как следствие, наиболее частотными) являются следующие составляющие сценария: субъект, объект, место, результат.

Событие многомерно и нелинейно, поэтому его языковое представление в линейном тексте основано на вычленении значимых компонентов события и расположении их в последовательности, соответствующей разворачиванию текста слева направо. Специфика представления событий в СМИ отражена в концепции Т. ван Дейка, согласно которой селекция и структурирование событий в новостных СМИ подчиняются двум ведущим принципам: принципу релевантности (важности, значимости) и принципу новизны. Эти принципы обуславливают структуру новостного сообщения, главными компонентами которой являются Краткое Содержание, Главное Событие и Фон (события). Краткое Содержание выражается в Заголовке и Вводке (лиде), Текст начинается с Главного События, затем следуют фоновые категории: Предшествующие события или История, Контекст. В конце сообщения располагаются, как правило, Вербальные Реакции (цитаты) и Комментарии (выводы, размышления, прогнозы). При этом категории могут отсутствовать или проявляться дискретно, поставляться «частями» [2, с. 244–267].

Разработанная Т. ван Дейком структура базировалась на анализе обширного корпуса новостных газетных сообщений, в которых существенное влияние на структурирование события оказывала линейность текста. Новый формат СМИ – онлайн-издания – существует в режиме гипертекста и требует анализа специфики представления новостей-событий в этом новом информационном пространстве.

В многочисленных дефинициях гипертекст определяется через текст и рассматривается в его противопоставленности тексту. Выделяются три ведущих дифференциальных признака гипертекста:

1. Нелинейность (отсутствие стандартной последовательности языковых единиц, разветвленная структура, отсутствие начала и конца).

2. Мультимедийность (поликодовость сообщения, сочетание различных способов представления информации: вербального текста, аудио, видео, графики, анимации).

3. Интерактивность (активное читательское воздействие на структуру текста, которое лежит в основе навигации, возможность донесения ответных реакций как до автора, так и до других читателей).

Структура гипертекста формируется узлами и гиперссылками. Узлы – традиционные тексты или их фрагменты, изображения, таблицы, видеоролики и т. д. Их также называют текстовыми блоками, текстовыми единицами, текстовыми элементами, гипотекстами. Узлы характеризуются относительной автономностью, могут существовать вне гипертекста, могут включаться в разные последовательности при чтении, в разные смысловые ряды. Гиперссылки (линки) – средства связи узлов, задающие потенциальные возможности передвижения по гипертексту (навигации).

Для анализа специфики гипертекстового представления события были использованы материалы новостных лент ведущих российских интернет-изданий: Газета.Ru и Lenta.ru. В обоих изданиях ленты новостей обновляются в режиме онлайн, при этом на фоне новостей дня, расположенных в обратном хронологическом порядке в соответствии с принципами релевантности и новизны, выделяются новости часа и новости дня (рубрика «Главное за сутки» на сайте Lenta.ru).

Представленные на главной странице фрагменты новостной структуры являются заголовками новостных сообщений, при этом они демонстрируют существенное отличие от традиционных газетных заголовков. В газетах советского периода наиболее типичным заголовком являлась номинативная конструкция, например: *Подводная шахта; Тоннель под Каспием; Веселые именины; Хорошая инициатива* (Комсомольская правда). С 90-х гг. XX века, по наблюдению исследователей, заголовки начинают тяготеть к глагольности (*Правительство устояло; Протест нарастает; Ведутся переговоры*). Вербоцентрическая модель в отличие от номиноцентрической ориентирована на действие, динамична. В онлайн-изданиях большинство новостных заголовков соответствует структуре повествовательных предложений с обязательным присутствием глагола-сказуемого: *Михаил Фрадков возглавил совет директоров концерна «Алмаз-Антей»* (Lenta.ru); *Жан-Поль Готье создал коллекцию для небогатой молодежи* (Lenta.ru); *Псковские подростки обстреляли полицейский автомобиль* (Lenta.ru); *В Стамбуле при взрыве пострадали 10 человек* (Газета.Ru); *Суд арестовал всех задержанных за подготовку терактов в Москве и Петербурге* (Газета.Ru); *Вышел трейлер «Красавицы и чудовища» с Эммой Вотсон* (Газета.Ru). Для глагола-сказуемого типична форма прошедшего времени совершенного вида, передающая характерную для события результативность и реализующая перфектное значение, то есть обозначающая действие, результат которого актуален для настоящего.

Все заголовки новостей на главной странице онлайн-изданий представляют собой гиперссылки, ведущие к соответствующим новостным сообщениям, которые предваряются заголовком, дублирующим гиперссылку. Графически гиперссылки выделяются по-разному: при наведении курсора (иначе они не проявляют гипертекстовую природу) заголовки Газета.Ru подчеркиваются, а заголовки Lenta.ru меняют цвет (с черного на красный).

Специфика заголовков новостных онлайн-сообщений заключается в их автосемантической: они могут функционировать как самостоятельные сообщения в новостном пространстве интернета, поскольку в их содержании представлены ведущие семантические категории события (глаголы обозначают действие, повлекшее изменение положения дел в окружающей действительности, их актантное окружение представляет субъекта и объект события, сирконстанты фиксируют значимые обстоятельства события). Структура новостей, разработанная ван Дейком, существенно трансформируется: категория Краткого Содержания (включающая Заглавие и Лид) фактически устраняется, а в заголовок новостного онлайн-сообщения выносятся Главное событие. Подобное структурирование информации можно объяснить спецификой потребления новостного контента в интернете: многие читатели ограничиваются прочтением заголовков и не пользуются переходом по гиперссылкам к развернутому сообщению (по данным опроса, опубликованного в 2010 г. корпорацией Outsell, 44 % посетителей новостного агрегатора Google News читают только заголовки и не кликают по теме).

Событийные заголовки обладают низкой степенью вариативности, что наглядно демонстрируют новостные агрегаторы. Так, новость, озглавленная в Яндекс.Новости *Солист Deer Purple пригласил Дмитрия Медведева на концерт* (Петербургский дневник), представлена следующими заголовками в российских онлайн-изданиях:

Солист Deer Purple пригласил Дмитрия Медведева на концерт в Кремле (Life.ru);

Солист Deer Purple пригласил Медведева на свой концерт (Газета.Ru);

Солист Deer Purple Гиллан пригласил Медведева на свой сольный концерт (РИА Новости);

Солист Deer Purple Иэн Гиллан пригласил на концерт Дмитрия Медведева (Известия);

Deer Purple пригласили Медведева на свой концерт (REGNUM);

Дмитрия Медведева – фаната Deer Purple – на концерт позвал лидер группы (Аргументы недели) и т. д.

Структура онлайн-новостных заголовков существенно влияет на начало текста новостного сообщения: инициальное предложение может повторять заголовок, при этом вводятся дополнительные содержательные элементы, уточняющие базовую модель события, например:

Крупнейший пассажирский лайнер в мире столкнулся с буксиром (Lenta.ru) (заголовок)

Крупнейший пассажирский самолет в мире Airbus A380, принадлежащий китайской авиакомпании China Southern Airlines, столкнулся с буксиром в аэропорту Лос-Анджелеса (в инициальном предложении вводится пространственная координата события, детализируются сведения о субъекте).

Орнелла Мути переехала в Москву (Газета.Ru) (заголовок)

Итальянская актриса Орнелла Мути переехала в Москву вслед за любимым, сообщает российская версия журнала Hello (в инициальном предложении вводятся дополнительные сведения о субъекте, причине события, дается ссылка на источник информации).

Редакцию Daily Mail эвакуировали из-за «подозрительного белого порошка» (Газета.Ru) (заголовок)

В Лондоне эвакуировали редакцию издания The Daily Mail после того, как туда прислали пакет с «подозрительным белым порошком», сообщает The Daily Mirror (в инициальном предложении вводится пространственная координата события, дается ссылка на источник информации).

Примеры демонстрируют, что категория Главного события воплощается в структуре онлайн-новостей дважды: в заголовке и в начальном текстовом фрагменте.

Гипертекстовые ссылки в новостном онлайн-дискурсе представлены, естественно, не только заголовками. Внутри текста новостных сообщений присутствуют как внешние, так и внутренние ссылки. Они выделяются цветом (красным на сайте Lenta.ru, синим и подчеркиванием на сайте Газета.Ru). Внешние ссылки представлены указаниями на источник сообщения, типичными для вторичных новостных СМИ, получающих новости не от очевидцев событий, а от новостных агентств. Примеры гипертекстовых ссылок на источники: РИА «Новости»; ТАСС; «Интерфакс»; Bild am Sonntag. Такие ссылки размещаются, как правило, в первом абзаце, сразу за Главным событием, и подтверждают достоверность информации.

Внутренние ссылки в подавляющем большинстве представляют собой переход к более ранним сообщениям по той же теме, расположенным

на сайте того же онлайн-издания. Lenta.ru демонстрирует преобладание глагольного типа подобных гиперссылок. Как правило, это глаголы и страдательные причастия прошедшего времени: *произошло, поднят, погибли, введен* и т. п. Газета.Ru регулярно использует адвербиальную ссылку *Ранее*, которая входит в состав слов автора в конструкциях косвенной речи: *Ранее стало известно, что...; Ранее сообщалось, что...; Ранее СМИ сообщили, что...* Другие элементы таких конструкций также могут выступать в роли гиперссылок: *стало известно; сообщалось; Ранее сообщалось.*

Связанные внутренними гиперссылками новостные сообщения, посвященные одной теме, одному макрособытию, формируют Сюжет. Lenta.ru использует слово *сюжет* на главной странице, размещая его в красной рамке под фотографией и заголовком – названием темы сюжета (например, *Сгоревшая республика; Крушение траулера в Охотском море; Крушение Airbus A-320 на юге Франции*). Номинативные заголовки включают частнособытийные имена (*крушение, авария*) или событийные определения при конкретных именах (*сгоревшая*). Гиперссылками являются фотография и название сюжета, при их активации открывается перечень заголовков сообщений по теме, расположенных в обратном хронологическом порядке.

Внутренние ссылки на ранее опубликованные материалы можно назвать анафорическими. Показательно использование в роли ссылки наречия *ранее*, входящего в определение анафоры: анафора – совокупность текстовых средств отнесения сообщения к ранее сказанному. Интерес к анафоре возник с момента становления лингвистики текста и обусловлен изучением языковой реализации одной из фундаментальных характеристик текста – связности. Анафорические отношения демонстрируют локальную связность элементов линейного текста. В пространстве гипертекста возможности анафоры расширяются благодаря гиперссылкам, которые выступают основным средством выражения когезии.

В рамках новостного сюжета находит своеобразное выражение присутствующая линейному тексту категория ретроспекции. И. Гальперин, выделяя ретроспекцию в составе основных текстовых категорий, писал: «В большинстве текстов ретроспекция проявляется имплицитно. Она основана на способности нашей памяти удерживать ранее сообщенное и сцеплять его с сообщаемым в данном отрезке повествования» [1, с. 105]. Если в линейном тексте ретроспекция реализуется преимущественно имплицитно, то в условиях гипертекста она эксплицируется с помощью гиперссылок. Читателю новостных сообщений уже нет необходимости

удерживать в памяти все подробности развития сюжета, достаточно перейти по гиперссылке к более ранним новостным сообщениям, в которых эти подробности зафиксированы. Это обеспечивает большую эффективность восприятия событий по сравнению с традиционными СМИ, поскольку на воспроизведение в памяти текстов новостей оказывают существенное влияние индивидуальные убеждения, мнения, опыт, в результате чего информация воспроизводится в предвзятой форме.

Отмеченные особенности структурирования новостей в онлайн-изданиях обусловлены нелинейностью гипертекста. Перспективы исследования видятся в изучении влияния гипертекстовых категорий мультимедийности и интерактивности на репрезентацию событий в интернет-СМИ.

Литература

1. Гальперин, И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М.: Либроком, 2009. – 248 с.
2. Дейк ван, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.

Дина Ускова

*Санкт-Петербургский государственный университет
(Россия)*

ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЖАНРОВОЙ СИСТЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ МУЗЫКАЛЬНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Трансформация жанровой системы отражает актуальные процессы, происходящие в современной журналистике, находящейся в процессе становления, поиска диалога с читателем. Изменение жанровой системы журналистики обеспечивается несколькими факторами, главными из которых можно выделить влияние тенденций постмодернизма, повсеместное распространение интернета, утверждение массовой культуры в качестве главенствующей.

Музыкальная журналистика тесно связана с областью своего исследования, музыкой, поэтому в ней особенно остро выражается одно из следствий постмодернизма, заключающееся в исчезновении граней между различными видами искусства [10, с. 192–194]. Изменение музыкальных стилей, проникновение характерных черт одного стиля в другой нашло свое отражение в манере оценки, понимании условности названия музыкального направления. Так, Анастасия Нупрейчик в своем интервью ставит названия стиля в кавычки, показывая широкое понима-