

УДК 007 : 304 : 659.3

МОВНА СТРУКТУРА НОВИНИХ ТЕКСТІВ МЕРЕЖЕВИХ ВИДАНЬ

Лілія Дускаєва

*Санкт-Петербурзький державний університет
Університетська наб. б.7-9.199034, Санкт -Петербург, Росія
e-mail : spbu@spbu.ru*

У статті представлений комплексний аналіз провідних закономірностей композиційної будови новинного гіпертексту - ступінчатості, багатовекторності, які в мовній структурі забезпечуються проспективністю та ретроспективністю, а також у підтримці напруженості викладу. Семантико-стилістичний аналіз новинних гіпертекстів показує недостатню комунікативну компетентність співробітників новинного рунету.

Ключові слова: новина, гіпертекст, багатовекторність, проспективність, ретроспективність, напруженість

Постановка проблеми. Значні зміни в новинній індустрії мас-медіа знову і знову змушують дослідників звертатися до феномену, що динамічно розвивається – новин в ЗМІ, який вважався найбільш консервативним сегментом у медіадискурсі. Зміни зумовлені цілою низкою обставин: 1. Постачальниками новин стають не тільки ЗМІ, а й аудиторія, це стало можливим завдяки блогам, твіттерам, соціальним мережам і т.п. Формування новини стає ще більш діалогічним. 2. У результаті глибокого технічного прориву зростають оперативність і візуалізація у подачі новини, в той час як вербальна сторона прагне до лаконізму. 3. В умовах серйозної конкуренції переживає динамічні зміни стилістика новинних текстів, оскільки прагне стати все більш захоплювати. Як бачимо, ми стаємо свідками зародження нових форм і нових типів новинних текстів. Враховуючи виняткову значимість вказаних текстів в інформаційній політиці мас-медіа, важливим є проаналізувати особливості мовного розгортання новинного повідомлення в мережі Internet.

Аналіз досліджень із проблематики роботи. Питання стилю і мовної структури новинних повідомлень в традиційних типах текстів досліджувалося у багатьох працях [2, 3, 5 та ін.], вивчалися роль авторського начала в них, особливості представленого в них хронотопу. Проте в нашій статті пропонується комплексний аналіз закономірностей композиційної будови новинного гіпертексту.

Уявлення про предмет повідомлення – ситуацію, подію, факт, особу – формується в ході розгортання новинного тексту в мережевому просторі і

з'являється інформаційний продукт, що іменується новиною [див. дет.: 4]. У новинному гіпертексті об'єднується загальною темою сукупність повідомлень, які розрізняються за джерелом і за часом надходження, але об'єднані тематично, переходячи ж від одного повідомлення до іншого забезпечені технічно. Звернемося до основних властивостей мовного розгортання новини в гіпертексті.

1. На відміну від лінійного газетного тексту, розширення гіпертексту новини в Internet здійснюється ступінчасто. Наприклад, в www.yandex.ru на першому, найоперативнішому, "гарячому" етапі читач знайомиться із заголовком, що містить гіперпосилання: *В Петербурзі конфлікт через бійцівського пса закінчився смертю для його власника.* Як заголовок використовується речення, в якому основний сенс (ядро) повідомлення вже переданий. Якщо користувач вирішить доповнити інформацію (уточнити причину, наслідок того, що сталося, з'ясувати додаткові обставини того, що відбувалося), то кліком миші викличе продовження тексту.

Після того, як читач по заголовках визначається зі своїм «інформаційним інтересом» і вибирає потрібний йому матеріал, за гіперпосиланням переходить до наступного ступеня – повного тексту. Розгортання новинної теми завершується, коли тема – інформаційний привід – перестає бути актуальною.

Остання за часом новина подається більш докладно в рубриці «Останні новини» – заголовок, фото, лід і гіперпосилання («повний текст»), кліком на яке медіакористувач може перейти далі і прочитати новинний текст повністю. Змістовне поле новини може бути розширене за рахунок додавання гіперпосилань, в яких розміщується інформація про біографічні дані дійових осіб або про джерело інформації, і за рахунок візуалізації новинного тексту. Новинні повідомлення, крім гіперпосилань, супроводжуються фотографіями, що мають свої заголовки і вказівки на джерело. Ці фотографії різних жанрів: як сюжетні, так і портретні.

На відміну від лінійного газетного тексту, розгортання новини в Internet здійснюється не тільки ступінчасто, а й варіативно. Гіпертекст технічно забезпечує можливість полівекторного (різноскерованого) інформування, тобто вибору варіантів прочитання і логіки освідомлення безліччю джерел інформації, які висвітлюють подію, і різноманітністю способів подачі інформації – гіперпосилань, фотографій, відео та аудіодемонстрацій.

Як було видно з наведених заголовків, варіативність в гіпертексті забезпечується різнонаправленістю розгортання новини для медіакористувача і виражається в різних смислових акцентах у різних повідомлень, а отже, і в стилістичних відмінностях, які виявляються в повідомленнях різних видань.

Таким чином, одна з найважливіших особливостей подачі інформації в новинному гіпертексті в Internet полягає в тому, що зміст не вибудовано для медіакористувача заздалегідь у цілісній формі, і ступінь ознайомлення з матеріалами залежить від активності реципієнта. Хоча традиційна класична композиція в такому тексті відсутня, зате проглядається гіперструктура, здатна до саморозвитку. Можливість саморозвитку закладена і в мовній структурі новинного тексту. Далі продемонструємо ці можливості гіпертексту.

2. Для гіпертексту новини надзвичайно значимі когнітивно-комунікативні та стилістично-прагматичні текстостворюючі категорії ретроспекції і проспекції, описані в науковій літературі стосовно лінійних текстів. У лінійних текстах вони беруть безпосередню участь у розгортанні смислового змісту тексту. Цю ж функцію, але дещо по-іншому і за участю інших коштів, вони виконують і в новинному гіпертексті. Категорія проспекції пов'язана з експлікацією для медіакористувача *послідовності* надходження і анонсування нових повідомлень і *вказівкою на їх новизну*, а ретроспекції – з експлікацією *нагадування* про те, що вже повідомлялося із цим новинним приводом.

Способи вираження категорій проспекції і ретроспекції різні. Властивості проспекції і ретроспекції мають технічне забезпечення у вигляді *гіперпосилань*, за допомогою яких медіакористувачеві вказується напрям подальшого переходу від однієї частини тексту до іншої у вигляді *стрілок браузера* "назад" і "вперед". Крім цього ретроспекція проявляється на www.lenta.ru за рахунок *посилань*, які даються на минулі матеріали стрічки, об'єднані однією темою: *Посилання за темою: Кількість загиблих на шахті в Кузбасі збільшилася до 97 осіб - Lenta.ru, 20.03.2007; Вибух на кузбасівській шахті стався через обвалення породи - Lenta.ru, 19.03.2007; - У кузбасівській шахті стався вибух - Lenta.ru, 19.03.2007.*

Однак проспекція і ретроспекція виражаються і в мовній тканині гіпертексту. Вказівка на подальше текстове просування міститься вже в заголовку повідомлення і виражається вказівкою на уточнення інформації, що з'явилася раніше: *Кількість загиблих в кузбасівській шахті зростає до 71*, вказівкою на анонсування: ***Продовження: З аварійної кемеровської шахти врятовані 83 людини.***

Розглянемо фрагмент новинного гіпертексту: ***За словами** начальника прес-служби Сибірського регіонального центру МНС Володимира Бердникова, який працює на місці подій, **вже** виявлені тіла Він уточнив, що рятувальні роботи ускладнені...* Проспекція виражається в цій частині тексту за допомогою засобів передачі чужої мови, які сигналізують не тільки про джерело повідомлення, а й побічно про надходження **нової** інформації, крім того, на новизну вказує прислівник *вже* і ремаркове дієслово *уточнив*. Проспекція виражена і на завершенні цього фрагмента повідомлення анонсуванням подальших дій учасників події: *Рятувальні роботи **триватимуть** цілодобово, пообіцяли в прес-службі адміністрації Кемеровської області.*

Ретроспекція в гіпертексті проявляється в поверненні до раніше повідомленого, його повторі і виражається, наприклад, вступним реченням відсильного типу з темпоральним прислівником (***Як повідомлялося раніше**, всього у момент події в забої перебували 200 гірників, 75 з них були виведені на поверхню живими.*), резюмуючими вступними словосполученнями (***Таким чином** зниклими безвісти вважаються 54 людини.*), формами минулого часу (*Вибух на шахті "Ульянівська" стався в понеділок о 11:16 за московським часом. За фактом аварії на шахті "Ульянівська" порушено кримінальну справу за статтею 216, частина 3 КК РФ (порушення правил безпеки при веденні гірських, будівельних або інших робіт, що призвело до смерті з необережності двох або більше осіб).*), вказівкою на вже наявну інформацію: ***За попередніми***

*даними, вибух метану стався після обвалення породи основної покрівлі «і видавлювання метану в гірничі виробки»... Крім того, ретроспекція виражається і в повторах основної змістовно-фактуальної інформації – теми повідомлення: **Вибух на шахті «Ульянівська» стався в понеділок о 11:16 за московським часом.***

3. У мовному розгортанні новини проявляється така властивість, як напруженість [1], що обумовлено необхідністю якомога довше утримати реципієнта в Інтернеті. Для цього використовуються різні стилістичні способи створення і збереження інтриги. В цілому ця проблема потребує спеціального дослідження, ми ж тут обмежимося декількома зауваженнями. Відзначимо, зокрема, що напруженість спостерігається у формулюванні заголовків і безпосередньо на текстуальному рівні.

У заголовках напруженість створюється, зокрема, завдяки максимальному «згущенню» змісту новинного повідомлення, його лаконізації, це передається пропозицією структурної схеми N_1-V_f : *Мітингувальники чинили опір міліції Бішкека; Генпрокурор України захистив КС від зазіхань і ліг до лікарні; Режисер ГЦКЗ "Росія" повторно визнаний невинним у замаху на вбивство.*

У гіпертексті напруженість підтримується різними способами і прийомами. Розглянемо їх на прикладі повідомлення про вибух на шахті Ульянівська в Кемеровській області в березні 2007 року; матеріал взято з архіву www.lenta.ru. Розгортання новинного гіпертексту починається з публікації констатуючого факт заголовка-гіперпосилання на www.lenta.ru: 19.03 12:14 *У кузбасівській шахті стався вибух.* Новина розгортається так, щоб відповідати інформаційним очікуванням аудиторії: послідовно, «порційно» даються відповіді на ті звичні для споживача новин питання: хто? Чому? Як? Змістовне прирошення відбувається за кількома основними напрямками: перший напрямок – уточнення кількості врятованих гірників і кількості жертв аварії, третє – з'ясування причин аварії, розслідування інциденту. Останній елемент у інформаційному відношенні особливо важливий: суспільство має знати, хто винен у жахливих наслідках аварії.

Напряма в оповіданні зростає з появою версій причин вибуху, ср: 19.03.2007, 19:40:13. *Вибух на кузбасівській шахті "Ульянівська" стався після обвалення породи основної покрівлі і видавлювання метану в гірські виробки 20.03.2007, 11:54:26 . У зв'язку з подією в "Ульянівській" обласна прокуратура порушила кримінальну справу за статтею "Порушення правил безпеки при веденні гірських робіт, що призвело до смерті з необережності двох або більше осіб.* Далі, крім основної робочої версії, розглядається і інша - "помилка в проектуванні". Напряма зростає, через це утворюється в інформаційному полі реципієнта протиріччя, яке викликане, з одного боку, повідомленням про вибух, а з іншого боку, повідомленням про те, що шахта "Ульянівська" - "одне з новітніх вугледобувних підприємств Кузбасу, оснащене найсучаснішим обладнанням", а очевидних технологічних причин, що призвели до вибуху в шахті, не було, так як "за даними Ростехнагляду, керівництво шахти проходило атестацію в центральному апараті відомства на предмет знань техніки безпеки, а компанія "Южскузбассуголь", якій належить шахта, має всі необхідні ліцензії Ростехнагляду... Остання комплексна перевірка шахти проводилася інспекторами Ростехнагляду з 7 по 15 березня 2007 р."

Необхідність розкрити видиме протиріччя, що виникло в інформаційному полі читача, вимагає подальшого інформування: "26.03.2007, 12:08:47 встановлене там обладнання експлуатувалося з грубими порушеннями, повідомляє прес-служба Ростехнагляду". Нарешті, поступово з розширенням новинного поля таємне стає явним - причина трагедії знову опиняється в горезвісному «людському факторі». Як видно з аналізу, напруженість підтримується типовими для новини способами - «згущенням» інформації, введенням додаткових її порцій в суворій відповідності з очікуваннями медіакористувачів.

4. Найважливішою тенденцією в новинній індустрії сучасності виявилось прагнення залучити читачів, а це викликало широку розвагозацію медіадискурсу в цілому, яка перш за все виразилася в його всепроникаючій спрямованості до заманювання. Іntenції здивувати, вразити, виділитися, опинитися за будь-яку ціну поміченим, як наслідок — домогтися, щоб «тебе купили», стають провідними, зокрема, в посиленні напруженості новинного тексту.

Установку на приваблювання можна спостерігати в інформаційній політиці багатьох мережових видань. Розрахунок на те, щоб привернути увагу, виявляється в заголовних обіцянках уявити шокуючі подробиці, пов'язані зі смертю, розпавою, бійнею. Це зрозуміло: страшно, жахливе невідворотно притягує увагу людини, не дозволяючи переключитися на іншу інформацію. Звертають на себе увагу виділені шрифтом слова, які активно використовуються в мережі: «жорстоко», «жесть», «горе», «трагедія», наприклад: *Нова драма в сім'ї Пугачової; Страшну трагедію приніс у сім'ю новонароджений малюк; Приховувати більше нічого! Вся країна вже знає про це горе!; Трагічні подробиці вагітності Кейт Міддлтон. Всі в жалобі.* Ці страхітливі слова, з точки зору авторів, повинні заманити читача в «павутину інформування». Однак залякування зводиться зрештою до одного - до розваги, а інформування семантично спустошеним. Семантично спустошеними виявляються слова «горе, трагедія, страшна хвороба».

Мабуть, є у вживаності таких слів з метою розваги небезпека: а чи не перестануть вони від частого вживання впливати? А чи не станеться так, що в момент зіткнення з бідною, істинним горем людини не «зачепить», і, багаторазово розважена цими словами, вона залишиться байдужою, а значить позбудеться дуже важливої людської якості - здатності до співучасті і співпереживання?

Безумовно, заслугоує схвалення істинно творча обробка способів вираження експресії, пов'язана з руйнуванням стереотипів і виявленням нового в фонетичному, орфографічному, семантичному... образі слова або в його взаємозв'язку з іншими словами, оскільки уточнює і прояснює повідомлення, пробуджує і активізує думку читача, підвищує його інтерес до друкованого слова. Але грубе порушення норм публічного спілкування спотворює значимість слова і процес його сприйняття, вводить читача в оману. Цим спотворюється і вульгаризується картина світу, створювана журналістами. Причому в умовах «журналізації» суспільства вона засвоюється читачем разом з мовою.

Таким чином, розвагозація проявляє себе у творчій практиці ЗМІ неоднозначно: з одного боку, в ній - протест проти використання заскнілих

форм і пошук нових, завдяки чому реалізується органічно притаманна мові журналістики установка на новизну вираження і рекламність. Проте інша сторона таких пошуків - культивування потворного, страхітливо-агресивного. Культивування стратегії залякування небезпечно тим, що привчає до цього, деформуючи емоційний світ людини.

Висновки. Найважливіша особливість мовної структури новини в гіпертексті проявляється у відсутності традиційної класичної композиції, зате проглядається нова незавершувана гіперструктура, здатна до саморозвитку. Ця можливість забезпечується полівекторністю (разнонаправленістю) інформування, тобто варіативністю прочитання і логіки освідомлення внаслідок безлічі джерел інформації та розмаїття способів подачі інформації - гіперпосилань, фотографій, відео та аудіодемонстрацій. Мовна структура забезпечує цю можливість тим, що а) стимулює просування реципієнта по гіпертексту; б) підтримує інтерес до предмета мовлення; в) просуває по гіпертексту, орієнтуючи в його багатовекторному просторі.

Перспективи подальших досліджень. Вже на етапі первинних спостережень за розгортанням новинного гіпертексту стає ясно, що багато чого з того, що було відомо про природу тексту, має бути переглянуто і переоцінене. Закономірно постає проблема дослідження композиційно-стилістичних особливостей медіатексту, що сприяють адекватній передачі смислів в цих умовах. Вивчення розгортання інформування в гіпертексті дозволить уточнити картину розвитку глобальної новинної індустрії, виявити і оцінити нові можливості інформування, що надаються Internet. Проте вже зараз очевидно, що новинний гіпертекст ставить перед суспільством безліч культурно-мовних проблем, не звертати уваги на які небезпечно.

-
1. Авросин С.В. Напряженность в рекламном тексте // Речевое воздействие: психологический и психолингвистический аспекты. М.: МГУ, 1986. – С. 131-146.
 2. Дейк ван Т.А. Анализ новостей как дискурса // Язык. Познание. Коммуникация. — М.: Прогресс, 1989.
 3. Дроняева Т.С. Информационный подстиль // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие. М.: МГУ, 2003. С.273-298.
 4. Дускаева Л.Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров. Пермь: ПГУ, 2004.
 5. Солганик Г.Я. Стилистика текста: Учеб. пособие. - М.: Флинта, Наука, 1997.

VOCAL STRUCTURE OF NOVOSTNYKH TEXTS OF NETWORK EDITIONS

Duskaeva Lily

*The Saint Petersburg state university
University nab. d.7-9.199034, Saint Petersburg, Russia
e-mail: spbu@spbu.ru*

The article presents a complex analysis of the regularities of the structure of the news hypertext – aliasing, multi-vector, which in speech structure provided by communication categories of prospectus, retrospection and strength. Semantic-and-stylistic analysis of news hypertexts shows a bad communication competence of the authors in news mass-media.

Key words: news, hypertext, multivectorness, prospectus, retrospection and strength as the most important style category of the news of hypertext.

РЕЧЕВАЯ СТРУКТУРА НОВОСТНЫХ ТЕКСТОВ СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ

Дускаева Лилия

*Санкт-Петербургский государственный университет
Университетская наб. д.7-9.199034, Санкт-Петербург, Россия
e-mail: spbu@spbu.ru*

В статье представлен комплексный анализ ведущих закономерностей композиционного строения новостного гипертекста – ступенчатости, многовекторности, которые в речевой структуре обеспечиваются проспективностью и ретроспективностью, а также в поддержке напряженности изложения. Семантико-стилистический анализ новостных гипертекстов показывает недостаточную коммуникативную компетентность сотрудников новостного рунета.

Ключевые слова: новость, гипертекст, многовекторность, проспективность, ретроспективность, напряженность как важнейшие стилеобразующие категории новостного гипертекста.

Стаття надійшла до редколегії 23.12.12

Прийнята до друку 10.01.13