

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Факультет романо-германской филологии
Кафедра прикладной лингвистики и новых информационных технологий

КУРСОВАЯ РАБОТА

ОСОБЕННОСТИ НОВОСТНОГО ДИСКУРСА

Работу выполнил: Стегно А.С. Стегно

Направление подготовки 45.03.03 Фундаментальная и прикладная
лингвистика 2 курс

Направленность (профиль) Общий

Научный руководитель
доктор филол. наук, профессор Хурыз И.П. Хурыз

Нормоконтролер
канд. филол. наук, доцент Шульженко М.Ю. Шульженко

Краснодар
2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основания анализа новостного Интернет-дискурса.....	6
1.1 Соотношение понятий «дискурс», «текст» и «гипертекст».....	6
1.2 Новостной дискурс как вид масс-медийного дискурса.....	7
1.3 Особенности новостного Интернет-дискурса.....	8
2 Структура новостного Интернет-дискурса.....	10
2.1 Сравнительный анализ структурных блоков электронного сообщения и его печатного аналога.....	10
2.2 Содержательная структура блока «Краткое содержание».....	11
2.3 Содержательная структура блока «Главное событие».....	12
2.4 Содержательная структура блока «Фон».....	13
2.5 Структурно-содержательный аспект функционирования гиперссылочного аппарата электронного сообщения.....	15
2.6 Функциональный потенциал внетекстовых гиперссылок.....	16
2.7 Функциональный потенциал внутритекстовых гиперссылок.....	17
Заключение.....	18
Список использованной литературы.....	19

ВВЕДЕНИЕ

Данное исследование посвящено комплексному анализу структурного плана новостного дискурса сети Интернет как феномена, в наибольшей степени подверженного влиянию научно-технической революции.

Актуальность данной работы обусловлена:

1. устойчивым интересом лингвистического сообщества к Интернет-дискурсу как виду базового дискурса, а также его проективным видам;
2. необходимостью изучения специфики производства, организации и восприятия медийных ресурсов и, в частности, комплексных исследований новостного Интернет-дискурса, создаваемого средствами английского языка;
3. важностью вскрытия особенностей структурной организации новостного дискурса и установления его прагматического потенциала для дальнейшего исследования специфики функционирования проективных видов дискурса в глобальном масс-медийном пространстве;
4. необходимостью уточнения понятийно-терминологического аппарата для теории дискурсивных исследований.

Объектом исследования является новостной англоязычный дискурс сети Интернет.

Предметом исследования выступает специфика структурной и языковой организации исследуемого дискурса.

Целью настоящего диссертационного исследования является анализ языковой репрезентации и характера функционирования содержательных блоков, организующих англоязычный новостной дискурс сети Интернет.

Поставленная цель потребовала решения следующих задач:

1. установление принадлежности новостного Интернет-дискурса в качестве проективного к базовому Интернет-дискурсу и выявление их общих и индивидуальных характеристик;

2. описание специфики языкового наполнения структурных блоков новостного Интернет-дискурса;
3. выявление способов языковой репрезентации семантических компонентов макропропозиций в узлах гиперссылок новостного Интернет-дискурса, функционирующего в англоязычной среде;
4. анализ функций гиперссылочного аппарата англоязычного новостного дискурса, обеспечивающего изменение характера внутритекстовой и интертекстуальной связности.

Наряду с общенаучными методами, такими, как сравнение, анализ, синтез, абстрагирование, индукция, дедукция, в работе применялись следующие частнонаучные методы и приемы: традиционный описательный метод, в основе которого лежит наблюдение, анализ и последующая классификация языковых фактов и их семантическая интерпретация, а также элементы контекстуального, семантического и дискурс-анализа.

Материалом для исследования послужили электронные сообщения на сайтах abcnews.go.com, www.bbc.co.uk, www.cbsnews.com, www.cnn.com, www.foxnews.com, www.guardian.co.uk, www.nytimes.com, www.timesonline.co.uk, www.sundayherald.com, www.usnews.com, www.usatoday.com, www.washingtonpost.com, www.yahoo.com за период с 2005 года по 2012 год в количестве 600 статей и статьи печатных англоязычных изданий «The Times», «The New York Times», «Financial Times», «Time», «Newsweek», «The Christian Science Monitor».

Теоретическая база исследования сформирована на основе критического анализа основных положений теории дискурса, которые сводятся к положению, согласно которому дискурс представляет собой текст в совокупности с экстралингвистическими факторами; исследований в области теории текста и когнитивной лингвистики, касающихся вопросов формирования и функционирования текста, в частности, Интернет-текста как его разновидности; а также специфики поликодовых текстов, заключающейся в соединении в едином графическом пространстве семиотически гетерогенных составляющих.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его результатов в курсах по стилистике английского языка, а также теории и практике перевода.

1. Теоретические основания анализа новостного Интернет-дискурса

1.1 Соотношение понятий «дискурс», «текст» и «гипертекст»

Под дискурсом понимают текст в неразрывной связи с его ситуативным контекстом, определяющим все то, что существенно для данного высказывания, текста, в связи с системой коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, взаимодействующего с адресатом. В этом смысле дискурс характеризует коммуникативный процесс, коммуникативное событие, приводящее к образованию определенной структуры – текста. С другой стороны, дискурс обозначает коммуникативное событие как интегративную совокупность коммуникативных актов, результатом которого является содержательно-тематическая общность многих текстов. Сущность дискурса в его втором, обобщающем понимании раскрывается следующим определением. Под дискурсом понимается корпус текстов, связь между которыми устанавливается на основании содержательных критериев: тексты одного дискурса так или иначе обращены к одному предмету, теме, концепту, связаны друг с другом семантическими отношениями и /или выступают в общей системе высказываний, объединенных в коммуникативном и функциональном отношении. Это последнее определение раскрывает суть таких понятий, как научный дискурс, политический, журналистский, религиозный, философский и т. д.

Наряду с понятием текста в поле зрения лингвистов в настоящее время находится понятие гипертекста. Создатель первой гипертекстовой системы и теоретик гипертекста Т. Нельсон определяет его так: «Гипертекст – это способ представления информации в виде нелинейной структуры», под гипертекстом понимает иерархию текстов (словарь, где каждая статья имеет отсылки к другим статьям этого словаря); система текстов одного писателя.

1.2 Масс-медийный дискурс

Понятие дискурса массмедиа в научной исследовательской практике закрепилось благодаря трудам Т. Г. Добросклонской, по мнению которой он является «сообщением в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации (отправитель, получатель сообщения, канал, обратная связь, ситуация общения или контекст)» (Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации. С. 22). Для осмысления специфики массмедийного дискурса необходимо иметь в виду, что особенностью современных массмедиа, обеспечивающих процесс взаимодействия всех социальных субъектов и процесс общественного самопознания, является, с одной стороны, обязанность «постоянно находиться в настоящем, в точке, где действие происходит в данный конкретный момент времени» (Цуладзе, А. М. Политическая мифология. С. 223), где действительность конвертируется в социальный факт, а с другой стороны, усиление потребности в проективности, суть которой, как указывает И. М. Дзялошинский, заключается в том, что массмедиа по отношению ко всем аспектам социального бытия вырабатывают и распространяют «идеальные планы новых типов человеческой деятельности, человеческого поведения, общения, всех форм человеческого существования» (Дзялошинский И. М. Проективная деятельность в структуре журналистского творчества URL: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/delov-prensa/3-dzylochinskii.html>).

Массмедиа обеспечивают процесс массовой коммуникации и реализуют свой мировоззренческий ресурс, направленный на «когнитивную обработку социума и индивида с целью формирования особой картины мира» (Кузьмина, Н. А. Медиатекст как объект медиалингвистики. С. 12). Дискурс массмедиа чувствителен к контексту актуального социального бытия, обозначенного социальным фактом, а также к контексту актуальной идеологии. Он непосредственно направлен на общественное сознание и формирование

актуального общественного мнения. Массмедийный дискурс отличается специфической, имеющей массовый характер аудиторией и, соответственно, «усредненностью» (и в этом смысле упрощенностью) своего кода, работающего в режиме когнитивно-аксиологических смыслов – понятийных (идентифицирующих), метафорических, образно-символических и ценностных. В массмедийном слове, ориентированном на оценочную номинацию как борьбу за базовые ценности и метафору как «основную ментальную операцию, как способ познания, структурирования и объяснения мира» (Чудинов, А. П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в текстах СМИ. С. 175), отражается как личностно-смысловое, так и социально-смысловое отношение человека к действительности.

1.3 Особенности новостного Интернет-дискурса

В Интернет-дискурсе сообщения об основных новостных событиях представлены на стартовых страницах поисковых сайтов, таких как yandex.ru, rambler.ru, mail.ru. Специфика презентации новостных событий на данных сайтах позволяет говорить о формировании нового речевого жанра Интернет-дискурса - новостного анонса. Новостной анонс в Интернет-дискурсе занимает особое место в дискурсивной структуре современных СМИ и отвечает всем основным дифференциальным признакам речевого жанра. Самостоятельность новостного анонса в Интернете определяется комплексом экстралингвистических факторов:

1. Автономность. Новостной анонс в Интернет-дискурсе характеризуется самостоятельностью и относительной структурной независимостью от основного текста, то есть он существует отдельно, без основного текста.

2. Оперативность. Интернет-анонсы обладают высоким уровнем актуальности и информативности. В сети Интернет новостные анонсы сменяют друг друга очень быстро (практически каждую минуту), позволяя читателю узнавать все новые и новые подробности происходящего.

3. Сконцентрированность. На стартовых страницах поисковых сайтов одновременно расположены новостные анонсы различных информагентств. У пользователя есть уникальная возможность в любое время ознакомиться с анонсом на различные темы: достаточно зайти на стартовую страницу поискового сайта (yandex.ru, Rambler.ru, mail.ru и т.д.), где представлены новости разных информагентств.

Специфика содержательной стороны новостного анонса определяется тем, что при всем тематическом разнообразии все сообщения подчиняются принципу актуальности. Анонс как жанр медиа-дискурса выполняет информативную и воздействующую функции, однако реализуются они специфически. Информативная функция в жанре анонса может выполняться опосредованно - как информация об информации, то есть анонс дает адресату краткую информацию, представление о содержании самой новости. Кроме того, новостной анонс существует в Интернет-дискурсе в условиях информационной конкуренции. Адресату предоставляется возможность ознакомиться с сообщениями, которые посвящены одному и тому же событию. В этих условиях информативная функция должна сочетаться с воздействующей, поскольку только их единство будет способствовать достижению главной «неречевой цели» новостного анонса. Такой «неречевой целью» в новостном анонсе Интернет-дискурса является побуждение к дальнейшему действию - переходу по ссылке анонса (прочтение дополнительной, более подробной информации о событии). Специфика реализации воздействующей функции заключается в том, что анонс за короткий промежуток времени должен не изменить сознание адресата, а активировать интерес адресата к прочтению полной версии события в данном информационном источнике, побудить его к дальнейшему действию.

2 Структура новостного Интернет-дискурса

2.1 Сравнительный анализ структуры электронного сообщения и его печатного аналога

Существенным параметром типологического описания новостных медиатекстов является содержательная характеристика. Сообщения-новости в печатных источниках характеризуются тем, что макроструктуры (топики) и организующая их схема дискретны и появляются частями, начиная с блока «Краткое содержание», репрезентируемого блоками «Заголовок» (облигаторная макропропозиция высшего уровня), затем идут макропропозиции низших уровней сообщения («Главное событие»). Детали содержания и блок «Фон» обычно приводятся в конце. Текст новости структурирован согласно принципу релевантности, по которому автор может регулировать способ подачи новостного события, изменяя порядок следования блоков новостного дискурса в тексте, что позволяет выделить наиболее важные детали происходящего, настроить аудиторию на необходимое восприятие. В отличие от печатного новостного дискурса, Интернет-дискурс характеризуется отсутствием единого порядка следования основных структурных блоков. Однозначное закрепление в вершине макроструктуры новостного Интернет-сообщения имеет только блок «Краткое содержание». На основе тесной логико-смысловой связи заголовок и вводная часть печатных новостей выделяются исследователями в единый интродуктивный блок (заголовочный комплекс) (Алещанова 2000), занимающий своеобразное положение: входя в дискурс, будучи органически связанным с ним, он стоит на «выдвинутой», надтекстовой позиции (Лазарева 2006). Данный факт определяет функции заголовков медиатекстов: привлечение произвольного внимания аудитории, обеспечение коммуникативных интересов воспринимающего информацию, создание определенного настроения, тональности последующего материала. В рамках

настоящего исследования было проведено детальное сравнение заголовков печатных и электронных сообщений, тип которых определяет тип интродуктивного блока новостного сообщения: номинативно-хронотопический или проблемопостановочный (в терминологии Алещановой (2000)). В результате было обнаружено, что указанные типы интродуктивных блоков 13 используются не только на страницах печатных изданий, как было показано в работе Ю.С. Воротниковой (Воротникова 2005), но и на страницах электронных сообщений, однако в силу особенностей функционирования данных дискурсивных пространств они обнаруживают ряд отличий. Так, в печатных изданиях чаще всего используется проблемопостановочный интродуктивный блок (75% от общего количества проанализированных печатных текстов новостей), цель которого заключается в том, чтобы привлечь внимание читателя к предлагаемой трактовке определенного события / явления. С точки зрения языкового оформления заголовков авторы новостных статей печатных изданий чаще всего используют в интродуктивном блоке эмоционально-коннотированную лексику, стилистические приемы (аллитерация, асиндетон, параллелизмы, эллиптические конструкции и т.п.), вопросы, восклицания, прямые и косвенные цитаты, прецедентные высказывания. Суггестивные свойства данного типа интродуктивного блока позволяют сформировать отношение читателя к публикуемому материалу на стадии ознакомления с кратким содержанием новости, используя заголовки-резюме, заголовки-цитаты и заголовки-интриги.

2.2 Содержательная структура блока «Краткое содержание»

Формат электронной газеты принципиально отличается от формата печатного издания, и структурный блок «Краткое содержание» наделяется особой важностью по сравнению с остальными блоками, поскольку на нем лежит ответственность за предпочтение посетителей сайта пройти по предлагаемой им ссылке. Использование заголовков-гиперссылок,

характеризующихся высокой плотностью содержащейся в них информации, позволяет говорить о снижении экспрессивности и увеличении информативности блока «Краткое содержание» основных новостей, представленных на главной странице Интернет-изданий. В этой связи основным типом заголовочных ансамблей, репрезентирующих структурный блок «Краткое содержание» в электронных сообщениях, является номинативно-хронологический (90% от общего числа анализируемых текстов сети Интернет), характерный для сугубо новостных сообщений, цель которых состоит в информировании. Основными типами заголовков в рамках данного интродуктивного блока являются заголовок-хроника и заголовок-бегущая строка, характеризующиеся нейтральностью лексических, грамматических и стилистических структур, цель которых - максимально точно описать новостное событие, не прибегая к использованию дополнительных средств акцентуации внимания реципиента (эмоциональная, оценочная информация, цитирование и т.д.).

2.3 Содержательная структура блока «Главное событие»

Печатные и Интернет-новости характеризуются тем, что в большинстве случаев в корпусе новостного сообщения за блоком «Краткое содержание» следует блок «Главное событие». Однако эта закономерность не является общей, так как порядок расположения частей блока различается как в разных изданиях, так и в конкретных примерах внутри одной и той же Интернет- или печатной газеты. Анализ показал, что, несмотря на определенные структурные различия печатного новостного дискурса и дискурса сети Интернет, реализация блока «Главное событие» не обнаруживает в них принципиальных отличий.

2.4 Содержательная структура блока «Фон»

Одним из основных структурных блоков новостного Интернет-дискурса, репрезентируемых другими блоками более мелкого порядка и являющихся доминантными в схематической структуре новостного сообщения, является блок «Фон». В силу особой структурированности данного типа дискурса блок «Фон» находит различные способы реализации. В первую очередь, это тематическое распределение информации внутри новостного сообщения и выделение событий, относящихся к социальному и историческому контексту происходящего события в отдельные абзацы. Подобная информация может помещаться как в начале сообщения, так и в любой его части в зависимости от целей, которые преследует автор сообщения. Например, статья под следующим заголовком посвящена обзору предвыборных пунктов кандидатов в президенты 2008 г. Б. Обамы и Дж. МакКейна, касающихся их отношения к руководству России на фоне кавказского кризиса:

(1) *Georgia crisis tests presidential candidate* (www.cnn.com (CNN), Aug 11, 2008).

Статья начинается с блока «Краткое содержание», затем следует «Главное событие». Для того чтобы восполнить возможный информационный пробел в восприятии текста читателем, авторы намеренно помещают блок «История», вкратце повествующий о событиях 8-9 августа 2008 года, сразу после сообщения главного события, поскольку эта информация не только обеспечивает историческое видение настоящего момента, но и позволяет избежать возможных проблем в понимании текста.

Блок «Фон» также может реализовываться посредством гиперссылок, располагающихся в непосредственной близости от текста, но не являющихся частью его структуры. Например:

(2) *Politics*

Romney pranked by staff on April Fools' Day

Philip Rucker Republican presidential front-runner is introduced to an empty room for what is supposed to be a stump speech at a pancake breakfast in Milwaukee.

Prank on Forbes.com runs afoul, claims Romney cedes(www.washingtonpost.com (WP), Apr 2, 2012).

Статья посвящена апрельской шутке, которую помощники Митта Ромни разыграли над ним. Блок «Краткое содержание» представлен заголовком, являющимся гиперссылкой, и вводкой. Заголовок содержит наиболее общее описание новостного события: упоминается объект действия (*Romney*), событие (*pranked*), субъект действия (*staff*) и временные рамки описываемого события (*on April Fool's Day*). При переходе по ссылке к основному корпусу новостного сообщения можно обнаружить, что блок «Краткое содержание» дублируется на вновь открывшейся странице. Новый заголовок представляет собой расширенный вариант предыдущего: *Mitt Romney caught off guard by staff's April Fools' Day prank*. Семантический анализ текста сообщения показывает наличие двух семантических доминант: «Ромни» и «розыгрыш». Первая доминанта представлена антропонимом *Romney* (10 употреблений) и слов и словосочетаний, относящихся к семантическому полю «Выборы» (*Republican presidential front-runner, deliver a speech, stump speech, aide, turnout, power, president, supporters*). Вторая семантическая доминанта представлена словами *prank* (3 употребления), *catch* (2), *fake* (1), а также словами, относящимися к 16 семантическому полю «День дурака» (*April* - 4 употребления, *April fool* - 4, *April Fool's day* - 2, *befuddled* - 1). Помимо названных элементов структуры новостной статьи на главной странице сайта, блок «Краткое содержание» соседствует с блоком «Фон», представленным блоком более мелкого порядка «Контекст» (заголовок новостной статьи на схожую тему *Prank on Forbes.com runs afoid, claims Romney cedes*) и ссылкой на страницу раздела *Politics*. Подобное расположение гиперссылок в непосредственной близости от анализируемой статьи позволяет авторам сайта репрезентировать обе семантические доминанты новостного сообщения посредством

гиперссылочного аппарата: вторая новость также содержит доминанты «Ромни» и «розыгрыш», в то время как в узле ссылки *Politics* находится страница, содержащая блоки «Краткое содержание» новостей, объединенных семантической доминантой, репрезентируемой существительным большей степени абстракции - «Политика». Таким образом, блок «Фон» данной статьи, представленный гиперссылкой, при ее активации переносится в вершину макроструктуры вновь открывшейся статьи, иллюстрируя ее краткое содержание.

2.5 Функциональный потенциал внетекстовых гиперссылок

С целью установления всего спектра функций внетекстовых гиперссылок нами был проведен анализ их подтипов в зависимости от использованных частей речи и их основных функций:

- 1) связь с другими статьями на схожую тему (заголовки)
- 2) выделение основных семантических доминант текста (тэги - гиперссылки, относящие статью к определенной рубрике или теме и служащие в качестве языковой экспликации ключевых топиков сообщения)
- 3) вовлечение реципиента в процесс дальнейшего использования текста
- 4) связь с другими сайтами (электронные адреса)

В ходе исследования было установлено, что основные типы внетекстовых ссылок на сайтах www.cbsnews.com, www.cnn.com, www.guardian.co.uk, www.nytimes.com представлены следующим образом:

1) тэги: имена собственные (*Brian Stelter; Obama, Barack*), отдельные существительные (*Taliban; Terrorism; Economy*), дву- и многочленные атрибутивные словосочетания (*Politics Today; Housing and Real Estate*)

2) заголовки: отдельные существительные (*Afghanistan; Louisiana*), субстантивные словосочетания: дву- и многочленные атрибутивные словосочетания (*The Face of Honor*;

EmissionsDealforGazpromandDow), неполноепредложение
(GraduatingtoUnemployment;
ReportingFromAfghanistan'sFrontLineADreamForeclosed),
двусоставныепредложения (*DecisiononAfghanTroopsMayWait; ByAirandGround,*
PakistaniSoldiersPenetrateMilitantHeartland),
сложноепредложениесовторойчастью, вводимойдвоеточием (*Spain;*
TouristssafefromETAattacks; BIGDEAL: GoingBegging)
3) опции, позволяющиеосуществлятьманипуляциистекстом:
глаголыиликонструкцииисглаголом-директивом (*ViewtheInteractiveFeature; Print;*
GetE-MailAlerts), существительныеисубстантивныесловосочетания (*Comments,*
NextArticleinWorld), названиясоциальныхсетейподзаголовком*Share* (*Digg;*
Facebook; Yahoo!; Buz).

2.6 Функциональный потенциал внутритекстовых гиперссылок

Внутритекстовые ссылки вплетены в повествование и являются инкорпорированной частью предложения, в некоторых случаях представляя собой структуры, отличные от структур, используемых в тэгах или заголовках. На вышеуказанных сайтах нами были выявлены следующие типы внутритекстовых ссылок:

- 1) именасобственные (*Richard C. Holbrooke, Stanley A. McChrystal*)
- 2) названия (географические, компаний, правительственных и неправительственных организаций и т.п.) (*United Nations, Minnesota Twins*)
- 3) существительные и субстантивные словосочетания, выступающие в качестве подлежащего и дополнения (*alcohol, Iran's nuclear program*)
- 4) дву- и многочленные атрибутивные словосочетания, выступающие в качестве подлежащего или дополнения (*New York Times Robert Pear, Health Care Progress Report*)
- 5) распространенные глагольные конструкции, являющиеся сказуемым или его частью (*appealed to the public to understand and respect*) ит.п.

Анализ показал, что с точки зрения языковой репрезентации внутритекстовые гиперссылки не ограничиваются лимитированным набором лексических и грамматических средств, поскольку основной задачей данного типа ссылок является маркирование семантического компонента, отражающего суть макропропозиции целевой статьи, и вариативность данных средств ограничивается только фантазией автора.

(3) *Republicans Sweep N.J., Va. Gov. Races* (CBS, Nov 4, 2009).

Например,

в рамках текста статьи под вышеуказанным заглавием была размещена гиперссылка *CBS Poll Analysis Fred Backus said*. Пройдя по ней, читатель оказывается на странице, содержащей статью под заглавием: *McDonnell Won Due to Turnout, Independents*. В свою очередь, в первом предложении статьи обнаруживаем гиперссылку: *Republican Bob McDonnell defeated Democrat Creigh Deeds*. Она также открывается в новом окне и приводит посетителя сайта к новости под заглавием *McDonnell Wins in Va.; Close Race in N.J.* Использование внутритекстовых гиперссылок для перехода от одной статьи к другой, объединенных общим макротопиком (победа МакДоннелла в выборах в штате Нью-Джерси), свидетельствует о выполнении ссылками функции обеспечения связности текстовых элементов гипертекста. Заглавия *Republicans Sweep N.J., Va. Gov. Races; McDonnell Won Due to Turnout, Independents; McDonnell Wins in Va.; Close Race in N.J.* объединены в изотопическую цепочку «победа МакДоннелла», детализирующую данную тему, тем самым расширяя макротему гипертекста. Данная функция выполняется как внутри-, так и внетекстовыми гиперссылками, являющимися средством репрезентации тематической структуры гипертекста. Использование большого количества имен собственных и географических названий, выступающих в качестве гиперссылок, как и в случае с внетекстовыми гиперссылками, позволяет гиперссылочному аппарату реализовать когнитивную функцию структурирования знаний. Различные типы ссылок реализуют эту функцию по-разному. Например, в статье под заголовком *G.O.P. Wins Two Key Governors'*

Races; Bloomberg Prevails in a Close Contest (www.nytimes.com, Nov 4, 2009) был размещен текст, содержащий гиперссылку *President Obama*. Ее активация приводит читателя к энциклопедической статье, посвященной президенту США. При этом информация, содержащаяся в данной статье, изобилует фактами, характеризуется модальностью реальности, эмоционально неокрашенной лексикой и грамматикой и заканчивается перечислением большого количества ссылок, позволяющих детализировать знания о Бараке Обаме (*LifeintheWhiteHouse, ObamaandtheRepublicans, AutoBailout, TheMostFamousLawStudentinAmerica* ит.д.). Подобные ссылки не только отводят посетителя к новой статье, но и тем самым выполняют непосредственную функцию восполнения информационных пробелов в фоновых знаниях читателя (*Vladimir V. Putin, Mikheil Saakashvili* и т.д.).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, новостной дискурс в электронных СМИ - это когнитивно структурированный вид письменного дискурса, сочетающий в себе черты письменной коммуникации (выражение пропозиций графическим способом) и устной (диалогичная форма коммуникации: новостная статья -реакция читателя, ответ на его запрос дополнительных материалов), в котором наблюдается эксплицирование значимых связей между различными новостными эпизодами, упрощение структуры и стиля новостного дискурса, который постепенно трансформируется из газетно-публицистического в чисто информационный.

Новостной Интернет-дискурс, являясь проективным на основе Интернет- и масс-медийного дискурсов и сочетая характеристики обоих дискурсивных образований, обладает собственными отличительными чертами, формируя особый способ восприятия медиа-реальности читателем за счет выработки у него новых стратегий прочтения электронной статьи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Добросклонская, Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская - М.:Вестник Московского университета. 2006. -54 с.
- 2 Цуладзе, А. М. Политическая мифология. / М. А. Цуладзе - М.:Эксмо, 2003. - 384 с.
- 3 Дзялошинский И. М. Проективная деятельность в структуре журналистского творчества [Электронный ресурс] / Деловая пресса России: настоящее и будущее. Режим доступа: <http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/delov-pressa/3-dzylochinskii.html>, свободный.
- 4Кузьмина, Н. А. Медиатекст как объект медиалингвистики / Н. А. Кузьмина - Омск: Омский гос. ун-т, 2011. -55 с.
- 5Чудинов, А. П. Когнитивно-дискурсивное исследование метафоры в текстах СМИ / А. П. Чудинов - М.: МГУ, 2004. -197.
- 6Дускаева, Л. Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л. Р. Дускаева Пермь, 2004. -359 с.
- 7Новостной портал ABCnews. Режим доступа: <http://abcnews.go.com>, свободный - Загл. с экрана. – Яз. англ.
- 8Новостной портал BBC. Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk>, свободный – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- 9Новостной портал CBSnews. Режим доступа: <http://www.cbsnews.com>, свободный – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- 10Новостной портал CNN. Режим доступа: <http://www.cnn.com>, свободный – Загл. с экрана. – Яз. англ.
- 11Новостной портал Foxnews. Режим доступа: <http://www.foxnews.com>, свободный – Загл. с экрана – Яз. англ.
- 12Новостной портал Guardian. Режим доступа: <http://www.guardian.co.uk>, свободный – Загл. с экрана – Яз. англ.

- 13Новостной портал NewYorktimes. Режим доступа: <http://www.nytimes.com>, свободный – Загл. с экрана – Яз. англ.
- 14Новостной портал Timesonline. Режим доступа: <http://www.timesonline.co.uk>, свободный – Загл. с экрана – Яз. англ.
- 15Новостной портал Sundayherald. Режим доступа: <http://www.sundayherald.com>, свободный – Загл. с экрана – Яз. англ.
- 16Новостной портал USnews. Режим доступа: <http://www.usnews.com>, свободный – Загл. с экрана – Яз. англ.
- 17Новостной портал USAtoday. Режим доступа: <http://www.usatoday.com>, свободный – Загл. с экрана – Яз. англ.
- 18Новостной портал Washingtonpost. Режим доступа: <http://www.washingtonpost.com>, свободный – Загл. с экрана – Яз. англ.
- 19Новостной портал Yahoonews. Режим доступа: <http://www.yahoo.com>свободный, – Загл. с экрана – Яз. англ.