

*На правах рукописи*

**СЕРГЕЕНКО АЛЛА АЛЕКСАНДРОВНА**

**СОЗДАНИЕ ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕКСТОВ  
В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕЙСЯ СРЕДЕ МАССОВОЙ  
КОММУНИКАЦИИ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Москва 2011

Работа выполнена на кафедре журналистики и массовой коммуникации  
ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения  
и радиовещания»

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, профессор  
**Березин Валерий Матвеевич**  
*Институт повышения квалификации  
работников телевидения и радиовещания*

**Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, профессор  
**Добросклонская Татьяна Георгиевна**  
*Московский государственный университет  
им. М.В. Ломоносова*

доктор филологических наук, профессор  
**Распопова Светлана Сергеевна**  
*Московский государственный университет  
печати*

**Ведущая организация:** **Российский государственный  
гуманитарный университет**

Защита состоится 24 марта 2011 г. в 13.00 часов на заседании  
диссертационного совета Д.206.002.01 при ФГОУ ДПО «Институт  
повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» по  
адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2, аудитория 10.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГОУ ДПО  
«Институт повышения квалификации работников телевидения и  
радиовещания» по адресу: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, к. 2.

Автореферат диссертации размещен на сайте [www.ipk.ru](http://www.ipk.ru)

Автореферат разослан « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2011 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук, доцент



С.Л.Уразова

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

В начале XXI века происходит трансформация традиционных СМИ и их интеграция в Интернет. Изменяется качество медиапотоков, создающих особую виртуальную среду. Осуществляется процесс демократизации медиадискурса, связанный с расширением пространства социального диалога. Медiateксты становятся одной из самых распространенных форм существования языка, оказывающих влияние на русский язык и его литературные нормы, на сферу коммуникации в целом.

Современные технологии обеспечивают неограниченный в пространстве и времени процесс циркуляции массовой информации, позволяют доставлять её узко сегментированной аудитории, дают возможность индивидуумам участвовать в создании медийных текстов, осуществлять интерактивную, многовекторную коммуникацию. Процессы дигитализации и конвергенции в СМИ влияют на творческую деятельность журналистов – изменяется специфика их взаимодействия с аудиторией и другими субъектами коммуникации. Появляются высокотехнологичные методы познания, сбора, обработки и передачи информации, формируется новая экранная культура. Это требует от журналиста переосмысления творческого подхода к работе с текстом.

**Актуальность** диссертационного исследования обусловлена объективной потребностью в осмыслении ряда положений теории массовой коммуникации и журналистики, специфики профессиональной деятельности журналиста в условиях конвергенции СМИ и, в целом, – в трансформирующейся среде массовой коммуникации.

### **Степень научной разработанности проблемы.**

В теории и практике журналистики, массовой коммуникации и филологии нет единого концептуального подхода к исследованию медийных, в частности журналистских, текстов, бытующих в новых

коммуникативных средах. В.М. Березин, например, обращается к историческим предпосылкам и методологическим основаниям исследования массовой коммуникации, к специфике коммуникативных действий журналиста в условиях массовой культуры.<sup>1</sup> Я.Н. Засурский указывает, что журналистское произведение уходит от своего первоначального бытования – печатного текста на листе бумаги.<sup>2</sup> В.Л. Цвик подчеркивает, что дигитализация ведет к созданию объединенных (конвергентных) медиа и к универсализации журналистской профессии.<sup>3</sup> Объектом исследования Н.Б. Кирилловой стала медиасреда как совокупность социальных, экономических и духовных условий.<sup>4</sup> К роли среды, а не сферы в конструктивно-стилевом плане массмедийных текстов обращается В.Г. Костомаров.<sup>5</sup> Проблемам современной медиасреды, цифровым мультимедийным технологиям посвящено исследование Е.Н. Коротковой.<sup>6</sup> О.Р. Самарцев подчеркивает коммуникативную ценность текста в процессе массовой коммуникации, акцентирует его значение как элемента социального взаимодействия.<sup>7</sup> К теории и практике работы с гипертекстом обращается Т.И. Рязанцева.<sup>8</sup> Т.Г. Добросклонская разрабатывает концепцию медиалингвистики, рассматривает роль СМИ в динамике языковых процессов.<sup>9</sup> Е.В. Какорина рассматривает интернет-коммуникацию как новый тип речевого общения, в котором возникли особые формы письменного общения.<sup>10</sup> Анализ языка и стиля текстов

---

<sup>1</sup> Березин В. М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М., 2003.

<sup>2</sup> Засурский Я.Н. Медиа́текст в контексте конвергенции. // Язык современной публицистики. – М., 2008. – С. 7.

<sup>3</sup> Цвик В.Л. История теории или еще раз об изучении ТВ (о конвергенции в журналистской науке). // Вестник Моск. ун-та. Сер.: 10. Журналистика. 2009. – №4 – С. 23 – 24.

<sup>4</sup> Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М., 2005.

<sup>5</sup> Костомаров В.Г. Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики. – М., 2005. – С. 179.

<sup>6</sup> Короткова Е.Н. Медиапортал как средство создания качественного контента. // Экранная культура в XXI веке. – М., 2010. – С. 343-400.

<sup>7</sup> Самарцев О.Р. Творческая деятельность журналиста: очерки теории и практики. – М., 2007. – С. 262.

<sup>8</sup> Рязанцева Т.И. Теория и практика работы с гипертекстом (на материале английского языка). – М., 2008.

<sup>9</sup> Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации. – М., 2007.; Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. – М., 2008. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) – 3-е изд.-М., 2010.

<sup>10</sup> Какорина С.В. Язык Интернет-коммуникации. // Язык массовой и межличностной коммуникации. – М., 2007.

молодежных интернет-СМИ предпринят Ф.Т. Гроздановым.<sup>11</sup> А.П. Короченский затрагивает вопрос медиакритики текстов СМИ.<sup>12</sup> Е.Л. Вартанова исследует влияние конвергенции на профессиональную деятельность журналиста, внутриредакционную практику, экономическую составляющую медиабизнеса.<sup>13</sup> А.А. Калмыков и Л.А. Коханова анализируют влияние социокультурных условий на журналистскую деятельность, обращаются к специфике творчества в условиях интернет-коммуникации.<sup>14</sup> К характеристикам интернет-СМИ Рунета обращается П.В. Сухов.<sup>15</sup>

Существуют работы по теме исследования, написанные в рамках лингвистического подхода, касающиеся изучения публицистических англоязычных текстов и текстов германской группы языков.<sup>16</sup> Вопрос о состоявшейся теории производства текстов в русскоязычной медийной среде, меняющейся под влиянием Интернета, остается открытым. Отсутствует общепринятая классификация жанров текстов интернет-СМИ, нет комплексного исследования специфики создания текстов в трансформирующейся среде массовой коммуникации. Необходимость концептуализации накопленных эмпирических и теоретических исследований в данной области предопределили актуальность темы данной диссертации, а также **объект и предмет** исследования.

<sup>11</sup> Грозданов Ф.Т. Язык молодежных интернет-газет: Дис. ... канд. филол. наук. – М., 2007.

<sup>12</sup> Короченский А.П. Медиакритика в теории и практике журналистики: дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.10. – СПб., 2003. – 467 с.,

<sup>13</sup> Вартанова Е.Л. Конвергенция как неизбежность. О роли технологического фактора в трансформации современных медиа-систем. // От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже тысячелетий. – М., 2000.

Вартанова Е.Л. Новые пространства свободы и ответственности. Саморегулирование СМИ в информационном обществе. // К мобильному обществу: утопии и реальность. – М., 2009 и др.

<sup>14</sup> Калмыков А.А. Коханова Л.А. Интернет-журналистика. – М., 2005.

<sup>15</sup> Сухов П.В. Интернет-СМИ Рунета: системные характеристики: Дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 2005.

<sup>16</sup> Добросклонская Т.Г. (там же), Рязанцева Т.И. (там же), Шемелина Ю.В. Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов (на материале британской качественной прессы): Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. – Белгород, 2008. – 193 с., Тулинцева Е.А. Модель распределения норм языка текстов-примитивов Интернета (на материале немецкого языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Челябинск, 2010. – 21 с., Рыжков М.С. Речевые стратегии участников синхронного интернет-дискурса: на материале русско- и англоязычных чатов: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. – Елец, 2010. – 273 с., Федорова О.Н. Композиционно-сетевая структура электронно-речевых жанров в британской интернет-публицистике. // Вестник ГГУ. Том 2. Филология и искусствоведение. – 2010 - №3 (2) – С. 163-170 и др.

**Объектом** исследования является профессиональная коммуникативная деятельность журналиста в условиях продолжающейся конвергенции СМИ, в новой социокультурной и технологизированной среде массовой коммуникации.

**Предмет** исследования – специфика создания и распространения текстов СМИ в условиях трансформации и появления новых коммуникативных сред, в меняющейся среде массовой коммуникации. Материалом для исследования послужили тексты интернет-версий общероссийских газет.

**Цель исследования** – выявить специфику создания текстов в условиях конвергентной журналистики, в меняющейся среде массовой коммуникации.

**Задачи исследования:**

- Изучить сущностные изменения в среде массовой коммуникации, происходящие под влиянием социально-экономических, информационно-технологических и других факторов.
- Выявить влияние интернет-среды и других коммуникативных сред на специфику создания текстов в интернет-версиях общероссийских газет.
- На основе текстов интернет-версий печатных СМИ изучить коммуникативные стратегии журналистов, характер взаимодействия с аудиторией и другими участниками коммуникации.
- Определить характерные особенности текстов интернет-версий общероссийских газет, дать характеристику их жанрового и лингвостилистического своеобразия.

**Гипотезы исследования:**

- Тексты, основанные на новых принципах коммуникативности и восприятия, побуждают реципиента к ответу, к ответной коммуникации в режиме реального времени. Возрастает активность аудитории не только в

потреблении, но и в производстве текстов, расширяется степень ее вовлечения в среды и формы коммуникации.

– Коммуникация происходит с помощью следующих сред: печатной – электронной – мультимедийной, официальной – неофициальной, массовой – демассовизированной, устной – письменной, моноэкранный – полиэкранной, реальной – виртуальной. Современная журналистика интегрирует эти среды.

– В интернет-версиях печатных СМИ наряду с традиционными журналистскими жанрами существуют жанры других функциональных стилей. Под влиянием интернет-среды традиционные жанры трансформируются и появляются новые – интернет-жанры. Язык и стиль текстов приобретает свои характерные особенности, обусловленные средой бытования.

– Интернет-версии газет являются дополнительной синтезированной и универсальной средой бытования текстов. В них качественно, на новом системном уровне, предоставляется разнообразный контент, что позволяет расширить аудиторию, использовать интерактивные инструменты взаимодействия с источниками коммуникации, потребителями и рекламодателями. Это способствует продвижению на медиарынок как печатного издания, так и электронной версии, и в целом – расширению информационных потоков, персонализации процесса коммуникации.

– Немаловажную роль при создании текстов играет аксиологический аспект, в рамках которого важен фактор переосмысления ценностей и опоры на самобытность российской культуры и менталитета.

**Методология и методы исследования.** В основу методологии положены принципы системности и комплексности. В процессе работы применялись историко-типологический и теоретико-типологический методы. Для анализа текстов интернет-версий применялись эмпирические методы – качественный анализ документов, филологический анализ

текстов интернет-версий общероссийских газет и их печатных аналогов, а также вторичный анализ социологических данных, экспертный опрос.

**Эмпирическая база исследования** – интернет-версии (сайты) общероссийских газет: «Комсомольская правда», «Коммерсантъ», «Труд», «Известия», «Новые Известия» и их печатные аналоги (за период с ноября 2008 по июль 2010 гг.), тексты, интегрированные в пространство Интернета.

**Научно-теоретическую базу исследования** составили основные концепции теории журналистики и массовой коммуникации, филологии, концепции развития современного общества, положения теории социологии и психологии, мнение профессионального сообщества.

Автор обращается к проблемам функционирования журналистики на современном этапе развития общества, повышения роли медиасреды. Актуальные проблемы этой сферы анализируются в работах Г.П. Бакулева, В.М. Березина, Е.Л. Вартановой, А.А. Грабельникова, И.М. Дзялошинского, В.В. Егорова, И.И.Засурского, Я.Н. Засурского, Л.М. Земляновой, Н.Б. Кирилловой, С.Г. Корконосенко, А.П. Короченского Г.Г. Почепцова, Е.П. Прохорова, Л.Г. Свитич, В.А. Сидорова, С.Л. Уразовой, В.Л. Цвика, М.В. Шкондина и других ученых. Учитывались концепции и тенденции развития общества с доминированием социальных теорий «информационного общества», «технологического детерминизма» и их критика, представленная в работах таких отечественных и зарубежных исследователей в области гуманитарных знаний, как Р.Ф. Абдеев, В.Л. Иноземцев, М.М. Назаров, Д. Белл, М. Кастельс, М. Маклюэн, Э. Тоффлер, Ф. Уэбстер, Ю. Хабермас и других.

В диссертации с различных сторон раскрывается феномен «текста». Предпринимается попытка философского, культурологического и филологического осмысления этого понятия. Анализ строится на основе рассмотрения взглядов Р. Барта, М.М. Бахтина, Н.С. Болотновой,



Н.С.Валгиной, В.В. Виноградова, И.Р. Гальперина, А.И. Горшкова, М.Н. Кожинной, А.А. Леонтьева, Ю. М. Лотмана, В.Е. Чернявской, Л.В. Щербы, У. Эко и других. Были рассмотрены работы таких отечественных филологов, как Ю.А. Бельчиков, Т.Г. Добросклонская, Т.С. Дроняева, Н.И. Клушина, В.И. Костомаров, К.М. Накорякова, Г.Я. Солганик, Е.С. Щелкунова и других, посвященные различным аспектам изучения языка СМИ и публицистических текстов. Автор обращается к специфике профессионального творчества журналиста, которая отображена в работах Г.В. Лазутиной, Г.С. Мельник, Е.Е. Прониной, С.С. Распоповой, О.Р. Самарцева, В.В. Тулупова и других. В диссертации проанализированы работы, в которых рассматривается проблема жанров печатных СМИ. Это работы М.Н. Кима, Л.Е. Кройчик, М.М. Лукиной, А.А. Тертычного, М.И. Шостак и др. Была учтена специфика интернет-СМИ и особенности их функционирования, описанные в работах Е.А. Горного, А.А. Калмыкова, М.М. Колесниковой, Л.А. Кохановой, М.М. Лукиной, А.Б. Носика, М.К. Раскладкиной, И.В. Стечкина, Э. Кинга, Р. Рэддика и др. Автор исследует особенности жанров и языка интернет-СМИ, которые затронуты в работах Е.И. Горошко, Л.Ю. Иванова, Е.В. Какориной, Г.Н. Трофимовой, М.А. Улановой.

**Научная новизна исследования.** На примере текстов интернет-версий общероссийских газет изучены новые формы массово-персональной коммуникации. Выявлены изменения в творческой деятельности журналиста в рамках конвергенции СМИ, персонализированных форм массовой коммуникации. Прослежена специфика взаимодействия коммуникативных сред, обусловленность текстов средой бытования. Предпринята попытка уточнения термина «интернет-версии печатных СМИ», его феноменологических характеристик. Изучена специфика текстопроизводства в условиях персонализации и визуализации информации.

**Теоретическая значимость** работы состоит в том, что она представляет комплексное исследование по проблеме производства текстов в меняющейся медийной среде под влиянием процессов дигитализации и взаимопроникновения коммуникативных сред.

**Практическая значимость** исследования заключается в том, что данная работа может быть полезной для руководителей СМИ, журналистов, педагогов, студентов и всех тех, кто связан с журналистской профессией. Рекомендации по моделированию информационной архитектуры сайта и созданию текстов могут использоваться в работе редакции при создании интернет-ресурсов: интернет-версий печатных СМИ, информационного портала, корпоративного сайта. Результаты исследования легли в основу авторской программы курса «Психология журналистики», они могут быть использованы в преподавании учебных дисциплин: «Социология журналистики», «Технология журналистского мастерства», «Журналистика и Интернет», при чтении лекций по стилистике русского языка. Практические советы и рекомендации были использованы при разработке сайта МГИ им. Е.Р. Дашковой.

**Достоверность и надежность** полученных результатов обеспечивается методологической обоснованностью исходных позиций, применением комплекса методов, адекватными целями и задачами исследования, содержательным анализом результатов исследования и их опробированием в процессе личного профессионального опыта.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Взаимопроникновение коммуникативных сред, мультимедийная среда Интернета, персонализированные стратегии коммуникации позволяют субъектам общения – журналистам и аудитории, другим участникам коммуникативного акта создавать тексты в различных формах, с учетом условий коммуникации, взаимных интересов и потребностей.

2. Конвергенция традиционных СМИ, современные информационно-коммуникативные технологии влияют на характер коммуникативной, творческой деятельности журналиста, ее аксиальную по отношению к аудитории направленность.

3. Тексты интернет-версии периодического издания имеют свои языковые, стилистические, жанровые и другие специфические особенности по сравнению с текстами офлайн-издания. Тексты взаимосвязаны и дополняют друг друга. Интернет-версии являются средой для проявления творческих способностей журналиста в диалоге с аудиторией.

4. Аудитория интернет-версий периодических изданий имеет дополнительные возможности в потреблении и производстве текстов, реализации альтернативных коммуникативных ролей.

**Научная апробация и внедрение результатов исследования.** Основные положения и результаты исследования отражены в 17 публикациях, в том числе и в издании, рекомендованном ВАК РФ. Обсуждались на международных и российских научно-практических конференциях, круглых столах, используются в лекциях, опубликованных в сборниках «Коммуникатор XXI» (М., МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2006-2010 гг.).

**Структура и объем диссертационной работы** определяется целью исследования, логикой изложения материала и отражает последовательность решения поставленных задач. Диссертация состоит из Введения, двух глав, Заключения, Библиографии и Приложений.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, определяются теоретические и методологические предпосылки, цель и задачи, определяются объект и предмет исследования, приводятся положения, выносимые на защиту, раскрываются новизна, научное и практическое значение диссертации.

*В первой главе «Трансформация сред массовой коммуникации и профессиональных требований к журналисту»* рассматриваются те системные изменения, которые произошли в медиасреде под воздействием процессов дигитализации и конвергенции, их влияние на профессиональную деятельность журналиста. *В параграфе 1.1. «От массовой коммуникации к ее персонализации»* определяется место журналистики в современных теориях общения и коммуникации. Автор обращается к таким понятиям, как среда и медиасреда, текст и медиатекст.

В системе взаимоотношений журналиста с аудиторией возможно как диалогическое, так и монологическое общение (субъектно-субъектное или субъектно-объектное). Субъектно-субъектное взаимоотношение журналиста с аудиторией имеет социально-ориентированную направленность. Субъектно-объектное направлено в основном на воздействие без учета потребностей аудитории, имеет, как правило, манипулятивный характер. Мы можем констатировать смещение медиадискурса к субъектно-субъектным моделям коммуникации, которые реализуются в ряде интернет-СМИ, социальных сетях, блогах. Посредством расширения коммуникативных сред и практик, личной заинтересованности субъектов коммуникации происходит персонализация коммуникации.

Цифровые технологии концептуально и технологически способствуют такому процессу, как конвергенция СМИ, или медиаконвергенция. Конвергенция становится возможной благодаря

дигитализации – переводу любого содержания (фото, видео, аудио, печатного или письменного текста) в цифровую форму. Конвергенцию в СМИ можно рассматривать с экономической, творческой и организационной точек зрения. Она проявляется на уровне организации редакции, создающей медиатекст одновременно для разных СМИ: для Интернета, радио, телевидения, печати. Профессиональная деятельность журналиста осуществляется в контексте различных коммуникативных сред. Создается совокупность медиапотоков, текстов, интегрированная система – медиасреда.

Понятие «текст» в рамках лингвистики текста, в научной и бытовой практике чаще всего относят к вербальным текстам. Тексты интернет-версий неоднородны, гетерогенны, что можно проследить на уровне содержания и формы. Ряд текстов обладают поликодовостью. В таких текстах соединены в единый смысл, в «культурный текст» различные знаковые системы. По отношению к мультимедийным (в том числе и журналистским) текстам, функционирующим в среде Интернета и впитывающим в себя поликодовость, в работе наряду с термином «текст» используются термины «текстовые формы», «креолизованный текст». Мультимедийный текст функционирует в новой среде, где формируется «искусство мультимедиа», специфической особенностью которого является «синтез выразительных средств всех аудиовизуальных искусств и новейших информационных технологий, позволяющий создавать в разных художественных формах различные среды, вплоть до виртуальных».<sup>17</sup> Принятие текста аудиторией, обратная связь в различных формах свидетельствует об эффективности коммуникативного акта, творческого процесса. В коммуникативном акте «журналист – текст – аудитория»

---

<sup>17</sup> Искусство мультимедиа. Мультимедиа и техника. / Под. науч. ред. Т.Е. Шехтер. – СПб., 2010.– С. 9–10.

последняя является равноправным субъектом коммуникации, поэтому в условиях интернет-коммуникации она становится демассовизированной.

*В параграфе 1.2. «Цифровые технологии и Интернет как средство реализации коммуникативных потребностей журналиста»* указывается на процесс смещения медиадискурса в Интернет. Технологические характеристики сети повлияли на качество информации и способ ее предъявления. Интернет стал каналом и виртуальной средой для реализации личных и деловых контактов, акций и коммуникаций. Личная и массовая коммуникации сливаются воедино. Быть конвергентным журналистом – значит уметь создавать одновременно журналистские тексты для традиционных и интернет-СМИ, использовать различные стратегии и формы коммуникации с аудиторией и другими субъектами профессиональной деятельности, т.е. осуществлять субъектно-субъектные отношения. Под влиянием тенденций персонализации массовой коммуникации многие журналисты ведут блоги, создают личные интернет-странички, выполняют функции модераторов. Для журналистов интернет-среда стала дополнительным источником информации, средством общения с узко сегментированной аудиторией, местом творческой реализации. Массовая коммуникация смещается в массово-индивидуальную сторону.

*Во второй главе «Интернет-версии печатных СМИ: медиасреда и канал коммуникации»* рассматриваются характерные особенности и дизайн интернет-версий общероссийских изданий. *В параграфе 2.1 «Специфика и дизайн интернет-версий печатных СМИ на пути индивидуализации текстов»* автор обращается к феноменологическим характеристикам интернет-версий печатных изданий, дает рекомендации по предъявлению текстов в интернет-среде. Сегодня почти все типы печатных СМИ имеют интернет-версии, то есть периодические электронные издания, которые создаются благодаря цифровым технологиям, функционируют в среде WWW как сайты. Их контент

составляют тексты периодического печатного (офлайнового) издания и оригинальные тексты, которые имеют свои особенности, обусловленные средой бытования. Такое периодическое электронное издание соответствует основным типологическим признакам своего печатного аналога, имеет уникальные характеристики интернет-СМИ. Интернет-версии воплощают смелые творческие решения, предлагают дополнительный сервис аудитории, услуги рекламодателям, реализуют коммерческие и социальные проекты. Но, несмотря на свою специфику, они обладают также характеристиками традиционных печатных СМИ. Характерные особенности интернет-версий газет – низкая себестоимость, экономичность, мобильность и др. Следует отметить отличающуюся от печатного аналога персонализированную сегментацию аудитории и расширение круга непрофессиональных авторов. Потенциальная аудитория печатного издания может стать реальной аудиторией интернет-версии. Интернет-версии являются эффективным социологическим инструментом, позволяющим анализировать состав аудитории, ее предпочтения, траекторию перемещения по сайту, вовлекают в сотворчество, выступают дополнительным каналом для осуществления редакцией коммерческой коммуникативной и PR-деятельности. Прослеживается взаимосвязь текстов печатной газеты и интернет-версии. Это стимулирует активность и интерес читателей. Сайты печатных СМИ выполнены, как правило, в стиле информационного дизайна. Он характеризуется лаконичностью, наглядностью, функциональностью. В свою очередь печатные СМИ являются главным «поставщиком» контента, отличаются большей аналитичностью, обладают дополнительными возможностями взаимодействия с социальными институтами. Логично рассматривать электронную версию периодического издания (сайта) как интернет-проект или информационный ресурс, повышающий эффективность функционирования конвергентной редакции.

В параграфе 2.2. «Язык и жанровые особенности текстов интернет-версий общероссийских газет» указывается, что Интернет является средой бытования текстов, обслуживающих разнообразные области общения. В соответствии с этим автор констатирует, что язык Интернета функционально и стилистически разнороден. Лингвостилистический анализ текстов интернет-версий «Известий», «Новых Известий», «Российской газеты», «Комсомольской правды», «Труда», «Коммерсанта» показывает, что для них характерно языковое и стилистическое многообразие, использование разнообразных изобразительно-выразительных средств. Гипертекстуальность Интернета влияет на черты языка интернет-версий, их оригинальных текстов. Это новостные тексты с большим содержанием конкретной информации – дат, фамилий, географических названий, названий организаций, терминов. Продуманные, оптимизированные под поисковые машины тексты привлекают читателей, удерживают их на сайте, позволяют быстрее находить необходимую информацию по ключевым словам.

Одной из особенностей языка интернет-СМИ является то, что здесь формируется разновидность письменной разговорной речи, обладающей характеристиками речи устной. Авторами текстов в этом случае являются, как правило, непрофессионалы. Тексты отличаются субъективизмом, выраженной эмоциональностью и экспрессивностью. Примером упрощенного речепотребления в интернет-версиях могут служить форумы, блоги или комментарии читателей к журналистским текстам, где проблемные диалоги приобретают форму неформального общения. Участниками коммуникации являются как читатели, так и журналисты-модераторы. Реплики и комментарии предъявляются практически без правки, публично, в режиме онлайн. Этим можно объяснить наличие орфографических и синтаксических ошибок в текстах, стилистические недочеты: «*Вижу людям легче поверить что гагарина похители инопланетяни*



(зачем он им) или элвис жив, чем в человеческий фактор и небрежность. Хотя история такими примерами изабилует. Поиск врага любимое развлечение человечества...». <sup>18</sup>

Имена собственные написаны с маленькой буквы: гагарин (Гагарин), элвис (Элвис). Орфографические ошибки: похители (похитили), инопланетяни(инопланетяне), изабилует – (изобилует). Отсутствуют знаки препинания. Другим характерным явлением в коммуникативной среде Интернета является демонстративный отказ от орфографии. Возник так называемый «язык падонкафф», или «олбанский язык» («аффттар», «каммент», «криатифф», «моск», «красафчег», «ржуномагу», «ржунумагу», «ф десятке» и др.).

Своими особенностями обладает собственно язык интернет-СМИ – его лексика, морфология, синтаксис. В языке интернет-версий печатных СМИ в одном тексте происходит смешение нейтральных и экспрессивных выражений. Следующей особенностью языка можно считать тенденции лично-ориентированного общения. В языке устраняется официальная граница между журналистом и читателем, общение становится более доверительным. Имеющие экспрессивную окраску обиходно-бытовые, вульгарные слова используются в заголовках текстов: «В Москве «напрягся» антициклон: ждем суровых морозов», «В Швеции «повязали» подозреваемого в похищении таблички с «фабрики смерти» (сайт «Новых Известий»)). Широко используются переносные значения общеупотребительных, нейтральных слов. Метафора применяется как средство выражения отношения к определенному событию, явлению. Перенос носит шуточный, оценочный характер или дискредитирует событие, авторитет героев публикации. В заголовках и текстах сообщений встречаются такие слова, как «тряпка», «баба», «корова», «базар»,

<sup>18</sup> Юрия Гагарина убил неисправный кран, считают российские специалисты. Владимир Богданов. 11.01.10. // Российская газета.  
URL: <http://www.rg.ru/2010/01/11/gagarin.html> (дата обращения: 11.01.10).

«огурчик», «теленок» и др. Изменения в экономической, политической сфере повлияли на активное использование заимствованных слов преимущественно английского происхождения. Лексика политико-экономической тематики пополнилась заимствованиями: «топ-менеджер», «консалтинг», «промоушн», «лизинг», «клиринг», «инвестор», «мейнстрим», «оффшорный», «саммит», «компетенция», «фьючерс», «баррель» и др. Английские заимствования в языке интернет-СМИ ассимилируются на фонетическом, грамматическом и семантическом уровнях. Например, слово «Интернет» полностью освоено русским языком (до недавнего времени оно не склонялось). Информационные технологии и Интернет внесли в лексику слова «хакер», «сайт», «веб», «браузер», «интерфейс», «юзабилити», «онлайн», «офлайн», «принтер», «айфон», «смартфон», «мультиплекс» и др. Некоторые из них постепенно входят в общеупотребительную лексику (сайт, принтер). Другие остаются в сфере ограниченного употребления. В интернет-версиях функционируют заимствования из старославянского языка: «зрячий», «твердыня», «кормчий», «глас», «град», «древо», «злато», «младость», «добронравие», «юродивый», «лик»). Помимо лексических славянизмов, в интернет-версиях встречаются фразеологические обороты: «притча во языцех», «кладезь премудрости», «святая святых», «исчадие ада», «хранить как зеницу ока» и др. Славянизмы характеризуют в основном книжные стили речи. В интернет-версиях они продолжают традиции использования в стилистически сниженных контекстах. Приведем отрывок текста с сайта «Новых Известий»: *«В пятницу были тещины вечерки — зятья звали тещу на угощение. По обычаю, зятья и дочери звали старших поучить их уму - разуму, и такое приглашение считалось для родителей великой честью, о нем обычно знали все соседи и родня. Пренебрежение зятя к этой традиции очень тяжело переживалось, осуждалось и посеяло вечную вражду между ним и тещей..»*<sup>19</sup> «Великая честь»,

---

<sup>19</sup> Сегодня Широкий Четверг – самый веселый день. 11.02.10.

«пренебрежение», «вражда», «осуждалось» – слова высокие, но в данном контексте используются с целью иронии. В интернет-версиях встречаются также жаргонизмы из молодежной лексики: «Гота» и «эмо», *съевших школьницу, будут судить в Петербурге»* («Новые Известия»). К морфологическим особенностям языка интернет-СМИ относится активное использование форм повелительного наклонения первого лица, единственного числа вместо множественного числа (формы вежливости) в заголовках публикаций: *«Готовь семена осенью», «Бери детей, друзей, подруг и в парке проведи досуг»* («Комсомольская правда»).

Основные принципы профессионала, работающего в сфере массовой коммуникации – ориентация на адресата и его реальные потребности, высокая филологическая культура. Но, к сожалению, хотя в заголовках и используются риторические приемы, сами эти заголовки нередко носят сенсационный характер, привлекают читателей негативом: *«Запрос карман не тянет», «Нелетное обвинение», «За отсутствием сустава преступления», «Держать водку при себе», («Коммерсантъ»)*. Отказ от правил орфографии, употребление жаргонной, просторечной лексики, фрагментарность речи свидетельствуют о желании участников коммуникации расширить языковые традиции, получить языковую свободу. Кроме того, эти явления носят игровой характер. Отклонение от нормативности неприемлемо в деловых, научных изданиях, но допустимо в развлекательных, бульварных СМИ. На уровне синтаксиса в языке наблюдается сильное влияние разговорной речи. Встречаются простые, неполные, вопросительные, восклицательные конструкции: 1. *«Как писать о человеке, с которым дружишь без малого сорок пять лет? Что писать? Задача! Но не писать нельзя: 80 лет - случай не рядовой. Если к тому же этого человека зовут Дмитрий Мамлеев, задача усложняется. Потому что Мамлеев в "Известиях" - это человек-должность»*.<sup>20</sup> (Вопросительное и восклицательное предложения, неполные); 2.

---

URL: <http://www.newizv.ru/lenta/121680> (дата обращения: 14.02.10)

<sup>20</sup> Есть такая должность: Мамлеев. Павел Демидов. 11.09.09. // Известия.

*«И все бы здорово. Но есть одна проблема. Чтобы оплатить счет, потребуется раскрыть данные своей банковской карты поставщику товара или услуги. А это небезопасно: попади эта информация в руки хакерам – и прощай ваши денежки.»*<sup>21</sup> (Парцелляция). К негативным явлениям в области языка можно отнести гипертрофированную авторскую речь, обилие «лишних слов», переизбыток англицизмов, жаргонизмов и сленга, просторечий. Расширение медиадискурса влияет на язык СМИ. Язык интернет-версий является сложной многоуровневой системой, впитывающей в себя особенности всех традиционных СМИ, испытывающей влияние интернет-среды. Текст приобретает «сетевое» измерение, которое позволяет воспринимать его не только линейно, но и гипертекстуально, что накладывает отпечаток на структуру текста, дизайн сайта.

В интернет-версиях наблюдается неоднородность жанров. В СМИ происходит постоянная трансформация жанров, их гибридизация. Неопределённость в классификации жанров существует и в научной литературе, и в практике. Наряду с термином «жанры Интернета», «интернет-жанры», используются синонимы «электронные жанры», «медийные жанры», «цифровые жанры», «дигитальные жанры», «виртуальные жанры». Например, М.М. Лукина выделяет классические и новые жанры; мультимедийные и синтетические жанры.<sup>22</sup> Е.И. Горошко считает, что уместно говорить о возникновении жанровой экологии Интернета – новой проблемной области в жанроведении, изучающей систему и структуру цифровых жанров.<sup>23</sup> В своём исследовании мы останавливаемся на термине Интернет-жанры, в которые входят чаты, конференции, дискуссионные группы, опросы, интерактивные анкеты, комментарии, блоги, «сетература», «форумы» и др. Отправитель и

---

URL: <http://www.izvestia.ru/person/article3132925/> (дата обращения 15.10.09).

<sup>21</sup> Твой бумажник в Интернете. Как обеспечить себя от мошенничества, совершая покупки во Всемирной сети? 15.09.2009. // Комсомольская правда. URL: <http://www.kp.ru/print/article/24360/545689/> (дата обращения 15.10.09).

<sup>22</sup> Интернет-СМИ: теория и практика. / Под ред. М.М. Лукиной. – М., 2010. – С. 251-271.

<sup>23</sup> Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии. // Жанры речи. – Выпуск 6, «Жанры и язык» – Саратов: Наука, 2009. – с. 11-127. // ТЕКСТОЛОГИЯ.RU URL: <http://textology.ru/article.aspx?aId=206> (дата обращения 20.11.09).

получатель равноправны, общение может происходить в интерактивном режиме, характеризоваться симультанностью. Блоги соединяют в себе черты колумнистики (публицистического стиля) и личного дневника (разговорного стиля, жанра письменной речи). На практике бывает трудно развести блог и колонку колумниста, если он интегрирован в структуру сайта. Авторами текстов могут быть журналисты, эксперты, публичные люди. Мы можем наблюдать трансформацию жанров функциональной стилистики в мультимедийные формы с новыми характеристиками и возможностями. В интернет-СМИ и интернет-версиях используются текстовые формы, которые объединили характеристики жанров традиционных СМИ. В интернет-версиях печатных СМИ представлены различные типы публицистических текстов – журналистские, рекламные, PR-тексты. Основную часть контента оригинальных журналистских текстов составляют тексты информационных жанров (заметки, репортажи, корреспонденции, информационные интервью). Как правило, новостной текст в интернет-версиях, как и в печатных СМИ, строится по принципу «перевернутой пирамиды»: *«В минувшую пятницу в Мосгордуме состоялся «круглый стол», на котором обсуждалась прокладка скоростной трассы «Москва – Санкт-Петербург» через территорию Химкинского леса. После долгой и бурной дискуссии стороны так и не пришли к согласию, но активисты движения в защиту леса убеждены, что правда на их стороне («Новые Известия»)».*<sup>24</sup>

Информационные жанры отличаются конкретизацией, тщательным выстраиванием межтекстовых связей, текст дробится на блоки. На странице сайта, «ленте новостей» даётся, как правило, только заголовок или заголовочный комплекс. Благодаря гипертекстовой организации, происходит дальнейшее развертывание текста. Аналитические тексты реализуют интерпретационную функцию. В интернет-версиях

---

<sup>24</sup> Здесь птицы не поют. Борьба экологов и журналистов за Химкинский лес выходит на новый рубеж. Ольга Лутовинова, Екатерина Ковалевич. 13.04.09. // Новые Известия. URL: <http://www.newizv.ru/news/2009-04-13/107842> (дата обращения: 15.04.09).

общероссийских СМИ преобладают информационные жанры, которые постепенно вытесняют аналитические жанры. Статьи и заметки разбиваются на смысловые блоки, имеют гиперссылки. Несколько абзацев, объединенных в блок, могут иметь свой заголовок. Статьи отличаются фактологичностью. Нередки очерки, фельетоны, сатирический комментарий. Популярностью пользуется колумнистика, анекдоты. В научных и официально-деловых текстах практически не используется гипертекстовая структура. Такие тексты при размещении в сетевом пространстве не претерпели существенных изменений. Чисто художественные жанры в интернет-версиях печатных СМИ представлены слабо. Интернет-версии ориентированы на новостной контент. Существует потребность в текстах аналитического и экспертного характера, отражающих проблематику социальной жизни. Большинство журналистских и других текстов имеют поликодовую структуру. Синтез вербального текста, мультимедийных, изобразительных средств позволяет говорить о креолизованном, или мультимедийном тексте.

Нарабатываются новые персонализированные формы взаимодействия журналистов и аудитории, формируется особая культура создания текстов, логика и дизайн сайтов. Это способствует качественному изменению информационной среды, повышению культуры коммуникации, реализации социальных потребностей граждан в информации и общении.

**В Заключении** подводятся общие итоги исследования, формулируются основные выводы, которые сводятся к следующему:

– Под воздействием цифровых технологий появляются новые субъекты медиaprостранства, трансформируется сложившаяся система СМИ, в которой Интернет, мобильная телефония играют значительную роль. Формируется новая экранная культура. Вектор направленности массовой коммуникации переориентируется в сторону персонализации.

– Традиционные СМИ активно используют в своей деятельности возможности Интернета, интегрируются в интернет-среду, создавая интернет-версии, которые имеют свои уникальные возможности в предъявлении текстов.

– Тексты интернет-СМИ оказывают влияние на все стороны общественной жизни, а также на развитие литературного языка. Этот процесс имеет как позитивные, так и негативные тенденции, которые способствуют интенсификации процессов, происходящих в современном русском языке на всех его уровнях – лексике, морфологии, синтаксисе.

– В комментариях читателей к журналистским и другим текстам представлен особый тип речевой практики, когда печатная речь (разновидность письменной) приобретает черты разговорной.

– В интернет-версиях представлены как традиционные функционально-стилистические жанры, так и интернет-жанры. Специфика интернет-жанров обусловлена свойствами среды Интернета – интерактивностью, мультимедийностью, гипертекстуальностью. Среди функциональных жанров преобладают информационные жанры публицистического стиля.

– Массовая коммуникация смещается в сторону индивидуализации. Вместе с тем намечаются негативные тенденции. К ним относится нарушение литературных норм, излишнее влияние разговорного стиля на публицистические тексты, усиление авторского начала, необоснованное использование жаргонизмов, англицизмов, ненормативной лексики.

– Поликодовые, мультимедийные тексты, с одной стороны, функционируют в соответствии с традиционными языковыми принципами построения речи, с другой – имеют свои законы порождения и восприятия, содержат вербальную, аудио- и видеoinформацию, то есть представляют собой новый уровень текстов.

В **Приложениях** автор приводит примеры различных типов текстов, инфографики.

***Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих научных публикациях:***

1. Сергеенко А.А. Профессиональная деятельность журналиста в условиях информационно-коммуникативной революции и конвергенции СМИ: к постановке проблемы (статья). // Вестник ВятГГУ. Том 2. Филология и искусствоведение. – 2010 – №3(2). – С. 157–163. (0,8 п.л.)  
***Издание из перечня ведущих рецензируемых и реферируемых научных журналов и изданий ВАК РФ.***
2. Сергеенко А.А. Использование технологий нейролингвистического программирования в журналистских текстах (статья). // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра. Образование и гуманитарное знание. Отв. ред. Л.В. Тычинина и З.В. Ивановский. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2006. – С. 254–261. (0,3 п.л.)
3. Сергеенко А.А. Социально-психологический портрет журналиста глазами студентов (статья). // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра. Образование и гуманитарное знание. Отв. ред. Л.В. Тычинина и З.В. Ивановский. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2007. – С. 211–217. (0,3 п.л.)
4. Сергеенко А.А. Коммуникативная компетентность журналиста: сущность и содержание (статья). // Российская Федерация: национальная идентичность и парадигмы развития. Проблемы коммуникации в современном мире. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2007. – С. 73–81. (0,4 п.л.)
5. Сергеенко А.А. Активные методы обучения в вузе как условие развития оптимальных коммуникативных умений и навыков студентов-журналистов (статья). // Российская Федерация: национальная идентичность и парадигмы развития. Актуальные проблемы современной психологии. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2007. – С.78–93. (0,7п.л.)
6. Личность журналиста: психологические основания для типологизации (тезисы). // Профессия – журналист: вызовы XX века. Сб.



мат. Междунар. научной конф. «Журналистика 2006». – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2007. – С. 272 – 273. (0, 1 п.л.)

7. Сергеенко А.А. Социально-психологическая ответственность журналиста (тезисы). // Средства массовой информации в современном мире. Петербургские чтения: Тез. межвуз. научно-практ. конф. – СПб.: Роза мира, 2007. – С. 178–179. (0,1 п.л.)

8. Сергеенко А.А. Компетентностный подход и улучшение системы качества журналистского образования (статья). // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра. Образование и гум. знание. Отв. ред. Л.В. Тычинина и З.В. Ивановский. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2008. – С. 146–155. (0,4 п.л.)

9. Сергеенко А.А. Коммуникативная компетентность журналиста: некоторые категории (тезисы). // Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации социальной среды: Сб. мат. Всерос. научно-практ. конф. – М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2008. – С.74-76. (0,08 п.л.)

10. Сергеенко А.А. НЛП-технологии в периодической печати – случайность или закономерность? (статья). // Журналистика – 2008: состояние, проблемы и перспективы: Мат. 10-й Междунар. научно-практ. конф. / Ред.: С.В. Дубовик (отв. ред.). – Вып.10. – Минск: БДУ, 2008. – С. 317–319. (0,1 п.л.)

11. Сергеенко А.А. Тенденции визуализации в журналистике: новый жанр или изобразительные средства (тезисы). // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ: Сб. мат. Всерос. научно-практ. конф. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова; Медиа-Мир, 2009. – С.84–85. (0,08 п.л.)

12. Сергеенко А.А. Региональная пресса России в интернет-пространстве: реальность и коммуникативные стратегии (статья). // Русский язык в современном медиапространстве: Междунар. научно-практ. конф. (Белгород. БелГУ. 23-26 сентября 2009 г.): Сб. науч. трудов. / Отв.

ред. д. ф.н. А.В. Полонский. – Белгород: ИПЦ «Политерра», 2009. – С. 489–493. (0, 3 п.л.)

13. Сергеенко А.А. Журналистика и информационное общество: точки соприкосновения (статья). // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра: Международная коммуникация в условиях глобализации современного мира. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2009. – С. 229–238. (0,5 п.л.)

14. Сергеенко А.А. Влияние Интернета и цифровых технологий на профессиональную деятельность журналиста (статья). // Междунар. научно-практ. конф. «Веб-программирование и Интернет-технологии Web-Conf09»: Сб. матер. Междунар. научно-практ. конф. Минск, 8-10 июня 2009 г. – Минск: Институт математики НАН Беларуси, 2009. – С.91–92. (0,1 п.л.)

15. Сергеенко А.А. К вопросу качества высшего журналистского образования в общей системе медиаобразования (статья). // Современные тенденции в развитии российского медиаобразования – 2010: Сб. мат. Всерос. научно-практ. конф.: В 2 т. Т. 2. – М.: Фак. журналистики МГУ, 2010. – С.34–42. (0,4 п.л.)

16. Сергеенко А.А. Интернет-версии печатных СМИ: характерные особенности (статья). // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра. Проблемы филологии и межкультурной коммуникации. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2010. – С. 265–281. (0,7 п.л.)

17. Сергеенко А.А. Журналистские тексты в мультимедийной среде Интернета. // Россия и мир: вчера, сегодня, завтра. Слово в процессе массовой коммуникации. – М.: МГИ им. Е.Р. Дашковой, 2011. – С.181–189. (0,5 п.л.)

*Общий объем публикаций – 5,9 п.л.*