Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

**Київський національний університет**

**імені Тараса Шевченка**

**КОЛОМІЄЦЬ Неля Василівна**

 **УДК** 811.111 (004.55 + 004.738.5)

**ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

**ГІПЕРТЕКСТУ ІНТЕРНЕТ-НОВИН**

**(на матеріалі англійської мови)**

Спеціальність - 10.02.04 - германські мови

### Автореферат

дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата філологічних наук

Київ – 2004

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

Характерною ознакою епохи високих технологій та глобальної інформатизації є особливий інтерес у лінгвістиці до комунікації загалом і масової комунікації зокрема. Домінуюча у лінгвістиці когнітивно-дискурсивна парадигма орієнтована на вивчення людини в суспільстві через аналіз її комунікативної діяльності. Антропоцентризм наукових досліджень, інтерес до вивчення механізмів ефективної комунікації, теорії мовленнєвого впливу спричинили виникнення низки наукових праць, в яких досліджуються політичний, авторитарний, аргументативний, юридичний, релігійний, рекламний, науковий дискурси. Синтез дискурсивного, когнітивного, семіотичного підходів до дослідження комунікації розширює нові методи лінгвістики та відкриває нові горизонти перед мовознавцями.

З виникненням інтернету була започаткована нова форма комунікації, яка існує на стику усного й писемного мовлення, поєднує інформацію різних знакових систем і матеріалізується у вигляді гіпертексту. Гіпертекст оптимізує організацію інформації, відображаючи традиції постструктуралізму на текстовому рівні. На рівні інтернет-комунікації відбувається переломлення та вивірення положень лінгвістики, оскільки гіпертекст висуває нові підходи до структурування інформації та її сприйняття. Інтернет-дискурс поєднує риси дискурсу засобів масової комунікації, а також ділового, рекламного, політичного, навчального, побутового дискурсів та характеризується принципово новими структурними особливостями. Усі ці фактори свідчать про специфічний характер інтернет-дискурсу та необхідність його дослідження лінгвістами.

Інтерактивність, атрактивність та глобальність інтернету зумовлюють його активне використання засобами масової комунікації (ЗМК) для поширення інформації, здійснення впливу та забезпечння ефективної реалізації новітніх комунікативних технологій. Гіпертекстовий формат повідомлень інтернет-новин втілює новий підхід до комбінування вербального, графічного та візуального компонентів текстів повідомлень, що впливає на сприйняття інформації широким загалом. В інтернет-новинах змінюється форма трансляції інформації, визначаються нові пріоритети щодо змісту повідомлення, однак актуальним залишається питання ефективності комунікації, використання мови як засобу впливу та інструменту влади, тому аналіз інтернет-новин вимагає від дослідників не обмежуватися розглядом лише структури, а визначати найефективніші засоби інформативності та впливу, які використовуються на веб-сторінках служб новин.

**Актуальність** дисертаційного дослідження пов’язана з необхідністю комплексного вивчення лінгвальних та позалінгвальних особливостей текстів новин електронних засобів масової комунікації як альтернативи традиційним, що зумовлено виникненням нового електронного інформаційно-комунікативного середовища, стрімким ростом мережових ресурсів і поширенням електронної комунікації, а також виявленням комунікативного та інтерактивного потенціалу інтернет-новин з позиції дискурс-аналізу як домінуючого підходу сучасної лінгвістики.

**Зв’язок роботи з науковими темами.** Дисертацію виконано в межах наукової теми “Європейські мови та культури в контексті глобалізації світових процесів” (код 01 БФ 0147-01), яка розробляється в Інституті філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка і затверджена Міністерством освіти і науки України.

**Мета дисертаційного дослідження** – здійснення комплексного та багатоаспектного аналізу текстів інтернет-новин – зумовила такі **завдання**: дослідити основні лінгвальні та позалінгвальні елементи текстів інтернет-новин; проаналізувати гіпертекстову форму представлення інформації в інтернет-новинах, визначити та охарактеризувати основні структурні одиниці повідомлення інтернет-новин, окреслити фактори відбору інформації та процес розподілу інформації.

**Об’єктом дослідження** стали інтернет-новини електронних ЗМК як єдність вербального, графічного та візуального компонентів, проаналізовані з урахуванням досліджень останніх років у межах не лише лінгвістики та теорії комунікації, але й філософії, психології, соціології, політології.

**Предметом дослідження** є гіпертексти інтернет-новин; прийоми дискурсивного оформлення комунікативних технологій в інтернет-новинах та мовні засоби, за допомогою яких вони реалізуються; фактори відбору інформації, їх мовні маркери, співвідношення параграфемного та візуального компонентів повідомлення інтернет-новин.

**Матеріалом дослідження** стали тексти новин веб-сайтів служб новин CNN, BBC: http://[www.cnn.com](http://www.cnn.com), http://www.bbc.co.uk/news/, які не мають друкованих аналогів, а також The New York Times, The Guardian, The Times: <http://www.nytimes.com/>, <http://www.guardian.co.uk/>, <http://www.timesonline.co.uk/>, загальним обсягом 17500 інтернет-сторінок.

У роботі використовувалися **методи** дискурсології, теорії комунікації, дескриптивний, контекстуально-інтерпретативний, семантико-синтаксичний, стилістичний, а також елементи кількісного аналізу. Для проведення аналізу корпусу текстів інтернет-новин застосовувалися програми: Concordance, T-Lab Version 3.1, WordStat Version 4.0 / Content Analysis and Text Mining.

**Наукова новизна дослідження** зумовлена тим, що в ньому вперше на матеріалі сучасної англійської мови:

* здійснюється комплексне дослідження інтернет-новин;
* досліджуються лінгвальні та позалінгвальні особливості текстів повідомлень інтернет-новин;
* аналізуються основні характеристики та структурні одиниці гіпертексту;
* визначаються фактори відбору інформації та процес розподілу інформації у межах веб-сайту;
* уточнюється роль параграфеміки, кольорового маркування та візуального компонента у реалізації аргументативного потенціалу інтернет-новин.

**Теоретична значущість роботи** полягає в узагальненні лінгвістичних підходів щодо визначення і функціонування гіпертексту, визначенні характеристик інтернет-дискурсу як окремого виду дискурсу та гіпертексту як засобу його матеріалізації, вивченні структурних складових дискурсу інтернет-новин, уточненні ролі позамовних факторів, які впливають на організацію повідомлення в інтернеті.

**Практична цінність** дослідження зумовлена тим, що воно може бути використане у курсах із теорії комунікації, текстолінгвістики, дискурсології, когнітивної лінгвістики, теорії мовленнєвого впливу, лексикології, стилістики, а також для поширення досвіду використання комп’ютерних технологій, створення персональних веб-сторінок, поліпшення мовної і комунікативної компетенції комунікантів.

**Особистий внесок** дисертанта полягає у теоретичному обґрунтуванні особливостей гіпертекстової форми організації інтернет-дискурсу, визначенні та характеристиці основних структурних одиниць повідомлення інтернет-новин, дослідженні мовних засобів та прийомів реалізації комунікативних стратегій у дискурсі інтернет-новин.

**На захист виносяться такі положення:**

1. Інтернет-дискурс як результат симбіозу дискурсу ЗМК, ділового, політичного, рекламного, навчального, побутового дискурсів матеріалізується у вигляді гіпертексту, який заснований на принципах нелінійної природи людського мислення, поєднанні різних знакових систем, довільності та свободи у формуванні канви тексту з окремих структурних елементів, що забезпечує ефективність та успішну реалізацію інформативної та маніпулятивної функцій сучасних комунікативних технологій.
2. Складовими гіпертексту є *вузли*,які виступають основними носіями семантичної інформації і включають текст, графіку, анімацію, аудіосупровід та відеофрагменти, та *зв’язки* – структурні елементи, за допомогою яких відбувається активізація вузлів та їх поєднання. Структурні відмінності вербальної частини гіпертекстів інтернет-новин у порівнянні з лінійним текстом друкованих видань полягають у відсутності автора статей, графічному виділенні абзаців, переважному вживанні коротких абзаців (1-2 речення), простій синтаксичній структурі речення.
3. Основними факторами відбору інформації в інтернет-новинах є “новизна”, “негативність”, “несподіваність”, “релевантність”, “відповідність”, “виділення”, “залучення адресата”, “елітність”, “джерело інформації”, “фактуальність.” Найголовнішими серед яких виявляються фактори “новизна” та “негативність.” Визначальним принципом відбору матеріалу в інтернет-новинах є принцип антропоцентризму.
4. Стратегії і тактики подання інформації в інтернет-новинах реалізуються за допомогою таких риторичних та аргументативних прийомів як розподіл інформації, компресія інформації, категоризація інформації у формі ключових слів як рубрик та гіпертекстових ключових слів, інтенсифікація та емфазування окремих порцій інформації, повтор та протиставлення, парцеляція, парентеза, метафора, перифраза, алітерація.
5. Ефективний вплив інтернет-новин реалізується значною мірою завдяки потужному потенціалу невербальних засобів представлення інформації (параграфеміка, кольорове маркування, візуальний компонент), які виконують різноманітні функції (інформативна, привернення уваги адресата, економія інформаційного простору, полегшення пошуку необхідної інформації, підвищення ефективності впливу вербальної інформації).
6. Кольорове маркування у межах веб-сторінки виступає ергономічним засобом оформлення текстів інтернет-новин, забезпечуючи виділення та привернення уваги читача до найважливіших порцій вербального компонента, повідомлення, створення цілісності композиції веб-сторінки, спрощення процесу навігації.

**Апробація роботи.** Основні положення роботи були висвітлені на звітній студентсько-аспірантській науковій конференції Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Київ, квітень 2002 р.), міжнародних наукових конференціях за участю молодих учених “Мовно-культурна комунікація: напрямки та перспективи дослідження” (Київ, квітень 2003 р.), “Проблеми розвитку філології в Україні у контексті світової культури” (Київ, 23-24 жовтня 2003 р.), обговорювалися на засіданнях кафедри англійської філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. На основі результатів дослідження прочитані лекції для магістрів факультету іноземної філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

**Публікації.** Основні результати дисертаційного дослідження викладено у п’яти статтях.

**Структура роботи**. Дисертація загальним обсягом 212 сторінок (174 сторінки основного тексту) складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел, списку джерел ілюстративного матеріалу.

У вступі визначається мета, завдання та методологія дослідження, обґрунтовується його актуальність та новизна, теоретична та практична цінність, сформульовані основні положення, які виносяться на захист.

У першому розділі розглядаються питання технологізації та комп’ютеризації ЗМК, які сприяють впровадженню нових комунікативних технологій, виникнення та особливості розвитку інтернету як нового ЗМК, досліджуються прийоми та засоби дискурсивного оформлення сучасних комунікативних технологій, визначається існування інтернет-дискурсу, аналізується гіпертекст як форма представлення інформації в інтернет-новинах та комунікативні сервіси інтернету як складова частина веб-сайтів офіційних служб новин. Перший розділ має не лише оглядовий, суто теоретичний характер, а містить також практичний аналіз матеріалу.

У другому розділі аналізуються лінгвальні та позалінгвальні особливості інтернет-новин. Визначаються фактори відбору інформації та їх лінгвістичні маркери. Досліджуються питання розподілу та компресії інформації. Розглядається структурна організація гіпертекстів інтернет-новин і риторичні прийоми у презентації інтернет-новин. Окреслюється роль параграфеміки та візуального компонента.

У висновках узагальнюються теоретичні й практичні результати дисертаційного дослідження.

Список використаних джерел складається з 312 позицій.

Список джерел ілюстративного матеріалу налічує 329 позицій.

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

**У першому розділі дисертації “Інтернет-комунікація як нова комунікативна технологія”** розглядається особлива роль та значення процесів масової комунікації, які стають оперативнішими у світі завдяки глобальній комп’ютерній мережі Інтернет і виконують як інформативну, так і прагматичну функцію, впливаючи на формування суспільної думки.

Визначені функціональні (оперативність, універсальність, масовість, необмежений доступ до повідомлень, періодичність оновлення інформації) та інформативні (гіпертекстовість, мультимедійність) характеристики інтернету, а також використання візуального й аудіального каналу, різних знакових систем кодування інформації спричинили активне використання інтернету в ролі ефективного засобу впровадження комунікативних технологій. Дискурсивне оформлення комунікативної технології реалізується шляхом модифікації інформації про події чи факти з використанням таких методичних прийомів: фабрикація фактів, пропаганда, створення паніки чи масового психозу, стереотипізація. Їх реалізація відбувається завдяки використанню мовних засобів, серед яких визначені номінація, спрощення, емфазування, ствердження та повторення, подрібнення та компресія інформації.

Дискурсивні версії дійсності, створені електронними ЗМК, формують чи відтворюють стереотипи та упередження. Стереотипізація базується на онтологічних чи аксіологічних моделях з основними опозиціями good :: bad, positive :: negative. Поряд із стереотипами з яскраво вираженою негативною оцінкою (TALIBAN – TERRORISM) формуються стереотипи з позитивною оцінкою (AMERICA – JUSTICE).

Встановлено, що інтернет як засіб масової комунікації надає користувачу необмежену свободу вибору теми, виду та джерела інформації, представляючи вагому альтернативу традиційним ЗМК. Відкритість та інтерактивність інтернету, яка дає змогу читачам розміщувати свою інформацію у вигляді коментарів на веб-сайтах офіційних служб новин, перетворює інтернет на глобальний засіб вертикальної та горизонтальної комунікації.

Характерною ознакою комунікації в інтернеті є відсутність географічних границь, анонімність, висока швидкість передачі повідомлень. Комп’ютерне спілкування має риси масової (спілкування зі світом), внутрішньо особистісної (спілкування між користувачем і комп’ютером)  і групової комунікації (спілкування в межах окремої групи). Зменшення значення соціальних і культурних бар'єрів та розвиток опосередкованих форм людського спілкування, припускають неоднозначну ідентифікацію особистості і дають користувачам необмежену свободу комунікативної поведінки.

Як окремий вид спілкування комунікацію на комунікативних сайтах інтернет-новин виділено на основі таких конститутивних ознак: *електронний сигнал як* *канал спілкування* – обмін інформацією відбувається через цифровий потік; *опосередкованість* – спілкування відбувається за допомогою технічного засобу; *дистантність* – учасники комп’ютерного спілкування віддалені один від одного у просторі і часі; *віртуальність* – спілкування з уявними співрозмовниками; *гіпертекстовість* – гіпертекстовий формат і система команд чи додатків до нього дають змогу виконувати низку операцій з використанням ідеограм, аудіо- і відеофрагментів; *креолізованість* – специфіка електронних текстів полягає в тому, що вони включають також елементи креолізованих текстів (на даному етапі це переважно фото); *егалітарність* – для комунікації в інтернеті характерний стиль рівності; *специфічна комп’ютерна етика*.

У сучасному електронному середовищі відбувається взаємодія усного і письмового аспектів комунікації, результатом якої став інтернет-дискурс (електронний дискурс) з принципово новими структурними і риторичними особливостями. Інтернет-дискурс може бути статусно орієнтованим (спілкування на конференціях на різні теми: політика, спорт, медицина, наука та ін.), а також особистісно орієнтованим (електронна пошта з переходом на особисті теми). Результати аналізу складових інтернет-дискурсу узагальнені й представлені у таблиці 1.

Дискурс інтернет-новин є унікальним поєднанням одностороннього дискурсу ЗМК, політичного, рекламного та міжособистісного дискурсу презентацій. Характерною рисою для цих видів дискурсу є авторитарний вплив на адресата.

** **

|  |  |
| --- | --- |
| **** | **** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Інтернет-новини реалізуються у вигляді гіпертексту. Гіпертекст визначається як нова форма тексту, який необмежений лінійним сполученням структурних елементів і може мати довільну, багатопланову структуру. З’ясовано, що особливості гіпертексту полягають у таких характеристиках: нелінійність; нескінченність, незавершеність, відкритість; децентралізація; множинність авторства; зняття протиставлення “автор – читач”, введення нових стосунків “автор – читач – співавтор”. Нелінійна структура гіпертексту зумовлена природою людського мислення і сприяє швидкому пошуку інформації та її опрацюванню. Гіпертексту притаманна відсутність логічного початку, основної частини та кінця, він складається з поєднаних текстів, які не мають первинної організації, – це безмежна система зі змінним центром, орієнтовний фокус якої залежить від діяльності читача, що свідчить про децентралізацію чи рецентралізацію гіпертексту. Гіпертекст втілює нову форму інтертекстуальності, перетворюючи потенційні сполучення на реальні. Завдяки безмежній кількості варіантів поєднання структурних частин гіпертекст є динамічним утворенням, причому читач змінює пасивну позицію на активну.

Гіпертекстова форма дозволяє усунути штучну монологічність тексту новин. Коли читач переходить від повідомлення про подію на головній сторінці до її обговорення публікою на форумі, реалізується дві функції – формування інтерпретації новин (сприйняття події може змінитися під впливом інших точок зору в процесі діалогу), закріплення події у пам’яті під час її обговорення.

За способом існування розрізняють статичні та динамічні гіпертексти. Статичний гіпертекст не змінюється в процесі експлуатації, у ньому читач може фіксувати свої коментарі, які будуть залишатися на одному місці без змін і оновлення з боку автора. Для динамічного гіпертексту зміна є формою його існування. Веб-сайти інтернет-новин комбінують елементи статичного та динамічного гіпертекстів.

Гіпертекст інтернет-новин складається з *вузлів (nodes)* та *зв’язок (links)*. Вузол, як правило, представляє один концепт або ідею. Він може включати текст, графіку, анімацію, аудіосупровід та відеофрагменти – вербальну та невербальну інформацію. Це основний носій семантичної інформації. Первинні вузли, що містять зв’язки, тобто пункти, де зв’язки беруть початок, називаються референційними, а ті вузли, де вони закінчуються – референтними. За допомогою активізації зв’язок на екран виводиться зміст вузла. Зв’язки можуть функціонувати у вигляді довідок (для перехресної референції) або вертикальних сполучень (для позначення ієрархічних стосунків).

Форма презентації новин на основі гіпертексту дає можливість введення необмеженої кількості повідомлень, які є смисловими вузлами гіпертексту, вони з’єднані між собою зв’язками – словами, словосполученнями чи реченнями, що одночасно є складовими двох сторінок. Зв’язки, які є невід’ємною структурною частиною кожного сайту інтернет-новин, можна розділити на дві групи. До першої належать власне гіпермедійні зв’язки, які вказують на наявність розширеного повідомлення – *Full Story, More Stories, Extra Information, CNN Program Schedule, Transcript, more*, включення аудіофрагментів, відеофрагментів – *Audio Slide Show*, *Video, Play Video*, графічних доповнень – *State of the Union Scenes, On The Scene*.Друга група представлена словосполученнями чи реченнями, які виступають у вигляді заголовка до текстів, що розташовані за ними, і визначаються нами як зв’язки-заголовки. Для виділення зв’язок використовується кольорове маркування. Роль зв’язок можуть виконувати також іконічні знаки – різноманітні стрілки та зображення.

Головна сторінка інтернет-новин *main page*, *front page* або *home page* створюється для структурування інформації, забезпечення ергономічного способу представлення матеріалу (див. Рис.1). Для структурування інформації на веб-сайтах розміщують таблиці та індекси з назвами рубрик даного сайту, які допомагають орієнтуватися у матеріалі. Основні категорії презентації новин тут розташовані у верхньому лівому куті у вигляді таблиці. На веб-сайті CNN найважливіші повідомлення розташовані у правому верхньому кутку головної сторінки новин у рубриці “Top Stories”, оскільки на нього звернений фокус уваги читача. На головній сторінці веб-сайту BBC перевага надається аудіо- та відеосюжетам, що зумовлено спеціалізацією даної служби новин.

Повідомлення інтернет-новин може супроводжуватися інтерактивними та мультимедійними розширеннями, які надають користувачу додаткові можливості в отриманні інформації. Гіпертекстова форма представлення матеріалу передбачає тісний зв’язок вербальних і візуальних засобів. Завдяки потужному наочному потенціалу візуальні засоби є важливим фактором впливу. Зображення на веб-сайтах інтернет-новин виступає в ролі зв’язки, яка вводить нову інформацію.

Аналіз конвенцій представлення інформації у межах одного вузла визначає ергономічність основним критерієм розташування зв’язок на сторінці, поєднання вербальної та невербальної інформації, запозичення абзацної структури текстового наповнення. На основі дослідження великої кількості гіпертекстів були визначені такі вимоги до оформлення текстів веб-сторінок: використання тематичних речень, зведення кожного абзацу до презентації однієї ідеї, невеликий обсяг тексту або його сегментація, необхідність передачі короткого змісту, проста форма викладу матеріалу.



**Таблиці-рубрики**

**Аудіо фрагменти**

**Зв’язки-заголовки**

**Гіпермедійні зв’язки**

**Відео фрагменти**

**Форуми**

Рис. 1 Фрагмент головної сторінки служби новин ВВС.

**У другому розділі “Лінгвальні та позалінгвальні особливості інтернет-новин”** докладно аналізується дискурсивне оформлення комунікативних технологій у інтернет-новинах, яке полягає у визначенні факторів відбору інформації, дослідженні процесу розподілу та компресії інформації, характеристиці структурних елементів повідомлення гіпертекстів інтернет-новин, проведенні аналізу риторичних прийомів, параграфеміки та візуального компонента у презентації інтернет-новин.

Фактори відбору інформації – критерії, які впливають на вибір новин певним засобом масової інформації для їх подальшого висвітлення та визначають цінність новин, змінюються з часом. Найрелевантнішими факторами відбору інформації визначено фактори “новизна” та “негативність”. Оскільки ідеологічність дискурсу інтернет-новин передусім проявляється на лексичному рівні, прерогатива у дослідженні лінгвістичних маркерів факторів відбору інформації надана лексиці. Зокрема, фактор “новизна” представлений прикметником “*new*”, для надання експресивності може використовуватися бінарна конструкція “*new vs. old”*: “*Software digs up buzzwords old and new”* [CNN, March 16, 2003] та неологізмами. Найпродуктивнішими рубриками інтернет-новин щодо вживання неологізмів визначено “Technology”, “Netnews”, “World”, “Politics”. Фактор “негативність” представлений словами з негативною конотацією, які формують лексико-семантичні поля: *війна* (war, fight, feud, strike, break, crack, attack, assault, battle, strife, bombing), *смерть* (death, dead, destruction, killer, kill, demise, buried, grave), *злочинність* (terror, suspects, crime, trial, arrest, prison, convicted, lawsuit, accuse, stolen, hijacking, kidnapping, smuggler, hostage, rape). Для передачі негативної оцінки поширене вживання прикметників “*bad*”, “*wrong*”: “*More bad news for PC makers”, “Survey finds rudeness is getting worse”* [CNN, April 3, 2002], “*Rookie learns wrong way not right way”* [CNN, May 18, 1999].

Процесуальний характер передачі інформації визначає розподіл інформації та компресію як стратегії вибору з альтернативних можливостей такої організації матеріалу, яка найкращим чином враховуватиме релевантні фактори відповідного дискурсу. Розподіл та компресія інформації в інтернет-новинах здійснюються на трьох рівнях – рівні веб-сайту новин, який включає головну сторінку та сторінки рубрик, рівні повідомлення та речення.

Скорочення, абревіатури та акроніми служать засобом компресії інформації у межах слова, словосполучення, а також речення. На рівні веб-сайту зв’язки використовуються для збереження інформації у стислому вигляді, а тексти повідомлень – для розгорнення компресованої інформації. В інтернет-новинах найбільш інформативними є головні сторінки та сторінки рубрик.

Повідомлення, яке містить зв’язки, є носієм компресованої інформації. Наприклад, до складу повідомлення “*Saddam: U.S. and allies are 'trapped'*” [CNN, March 24, 2003] входять такі елементи:

* зв’язки-розширення, які у активізованому вигляді розгортаються в тексти: *“The Iraqi president read from a script while sitting in front of a national flag and a white sheet emblazoned with the national seal. He did not wear eyeglasses, as he did in a speech broadcast soon after the United States' initial strike on Baghdad last week.” (*[*Full story*](http://www.cnn.com/2003/WORLD/meast/03/24/sprj.irq.saddam.address/index.html)*)* – транскрипт повідомлення Садама Хусейна;

*“About an hour after the speech, Iraqi TV broadcast video of what appeared to be a downed U.S.* *Apache attack helicopter**, intact and upright.” –* інформація про вертоліт, його технічні характеристики;

* зв’язки-заголовки статей з тематично чи асоціативно близькою інформацією: “[*Patriot missile may have downed U.K. plane*](http://www.cnn.com/2003/WORLD/meast/03/23/sprj.irq.war.main/index.html)”, “[*U.S. soldier detained in grenade attack*](http://www.cnn.com/2003/WORLD/meast/03/22/sprj.irq.101.attack/index.html)”, “[*U.K.: Thousands of Iraqis POWs*](http://www.cnn.com/2003/WORLD/europe/03/22/sprj.irq.britain.mod/index.html)”, “[*Anger grows in Arab world*](http://www.cnn.com/2003/WORLD/meast/03/22/sprj.irq.meast.protests/index.html)”, “[*Coalition Marines securing port*](http://www.cnn.com/2003/WORLD/meast/03/22/sprj.irq.southern.iraq/index.html)” , “[*U.S. troops set for northern Iraq*](http://www.cnn.com/2003/WORLD/meast/03/22/sprj.irq.sadler.troops/index.html)”;
* відеофрагменти.

Окреме інформаційне повідомлення інтернет-новини складається з композиційно-завершених частин, серед яких виділено зв’язку-заголовок, резюме, власне текст повідомлення. Також до складу повідомлення входять час розміщення повідомлення в інтернеті та інструменти роботи з повідомленням (story tools): “*save this*”, “*email this*”, “*print this*”, “*most popular*”, “*comment*”. Кожен структурний елемент повідомлення в межах його зв’язного масиву є відносно завершеним у смисловому та структурному відношенні текстом і може розглядатися як автономне утворення.

Зв’язка-заголовок і резюме несуть найбільше інформативне навантаження. На основі тісного логіко-смислового зв’язку заголовок та резюме можуть розглядатися як єдиний інтродуктивний блок. Якщо початок повідомлення виконує інформативну та атрактивну функції, основна частина використовується для інтерпретації попередньо поданої інформації з метою здійснення впливу на її сприйняття адресатом. В інтернет-новинах відсутня заключна частина, що зумовлено гіпертекстовою моделлю децентралізації та незавершеності. Зокрема, заключна частина повідомлення веб-сайту CNN виступає у вигляді рубрик *“Latest developments”, “Related Sites”, “U.S. Top Stories”* [www.cnn.com], у яких коротко подається інформація про різні події.

Назва статей інтернет-новин реалізується завдяки комплексу зв’язка-заголовок, який має особливу структурну, графічну і мультимедійну організацію: основний заголовок + додаткові компоненти (мультимедійний – фото, відео, аудіо ілюстративний матеріал) + гіперпосилання на текст статті. Це – особливий номінативно-інформативний компонент тексту, який займає стилістично сильну позицію і пов’язаний певними семантичними стосунками з іншими структурними компонентами повідомлення, як смисловий центр тексту. Найбільш продуктивними синтаксичними моделями у зв’язках-заголовках визначено іменникове словосполучення, іменникове словосполучення + прийменникова фраза, звороти з неособовими формами дієслова, просте поширене речення, просте ускладнене речення, складне речення – паратаксис.

Ергономічний підхід подання інформації реалізується у структурному елементі повідомлення – резюме, яке використовується з метою економії простору на веб-сторінці та часу опрацювання інформації. Резюме – це мікро-повідомлення, в якому подається інформація про діячів, подію та обставини у стислій формі. До резюме читач звертається для того, щоб остаточно визначити, чи варта дана подія його уваги. На відміну від зв’язки-заголовка, резюме виступає як змістовно наповнений, змодельований та відносно автономний текст. Кількісні результати дослідження 500 резюме інтернет-новин шляхом суцільної вибірки довели, що інтернет-новини характеризуються меншою різноманітністю, ніж преса: найчастотнішим типом резюме є розповідний тип – 56%, цитування – 32%, стакато – 9%, контрастний – 2%, пряме звертання – 1%.

Стислість є основним критерієм даного структурного елементу: резюме складається максимум із 30 смислових слів, а в основному це 20-25 слів; резюме подається блоком із декількох коротких простих речень, або одним складним поширеним реченням, синтаксична складність якого зумовлена великою інформаційною насиченістю: “*BRUSSELS, Belgium -- The European Union has approved tough new anti-terrorist measures in the wake of the attacks on the United States*” [CNN, Sept. 12, 2001].

З огляду на загальний інтенціональний характер комунікації, будь-який текст новин має риси персуазивності. Для привернення уваги адресата до події, вираження оцінки та здійснення впливу використовуються риторичні засоби. У повідомленні інтернет-новин особливе значення надається “виділеності”, що базується на емфазуванні, паралелізмі, контрасті, членуванні.

Процеси емфазування певних пластів інформації за допомогою виділення спрямовані на створення бажаних репрезентацій у читача. На рівні фонетичної організації повідомлення емфаза відбувається завдяки використанню алітерації, причому алітерація вживається для вираження оцінювального значення. На лексико-граматичному рівні емфаза створюється завдяки використанню прислівників-інтенсифікаторів: *absolutely, really, strongly, totally*, частки *even,* вказівного займенника *such,* займенників *all, every* в ініціальній позиції, лексичних одиниць із семою обмеження: прислівника *only* і частки *just*, прикметників вищого та найвищого ступеня порівняння, інтерпозиції сірконстантів, розщеплених речень.

Ефект виділення інформації реалізується завдяки структурам, які повторюються, вони привертають увагу читача і тим самим виходять на передній план при обробці тексту повідомлення. Повторення є одним з основних риторичних прийомів представлення матеріалу в інтернет-новинах для реалізації стратегії комунікативного впливу на свідомість читача шляхом формування образів: “*Bin Laden and al Qaeda must be targeted in the first phase of the campaign against terror. He is a murderer...He has murdered thousands of people from around the world...That’s what he should be seen as a murderer*” [CNN, Sept. 23, 2001].

За допомогою різних видів повторів (фонетичних, морфологічних, синтаксичних) – у широкому смислі за допомогою паралелізму, досягається багатошаровість впливу текстів новин.

Поряд із повторенням важливим риторичним прийомом інтернет-новин визначено протиставлення. Протиставлення є стратегічним засобом маніпулятивного виділення. В інтернет-новинах використовуються різні форми протиставлення, найчастотнішим із них є протиставлення, яке виражається у бінарних структурах за допомогою антонімів: “*Operations: Transfer heav**y on symbolism, light on change*” [<http://www.cnn.com/SPECIALS/index.2000.html>], “*These events have split the world into two camps -- belief and disbelief* ” [СNN, Oct. 7, 2003].

Парцеляція використовується як засіб виділення певного блоку інформації, зміщуючи акцент на друге речення. У такому разі увага читача концентрується на відчленованому компоненті (парцеляті): “*A French inquiry in 1999 blamed Paul. But there has never been a post mortem in the UK.”* [CNN, Oct. 20, 2003]*.* Парцелят містить додаткову інформацію уточнюючого, конкретизуючого, узагальнюючого характеру.

Роль метафори в текстах інтернет-новин не обмежується самим лише прикрашанням мови і привертанням уваги читачів. Метафора виступає ефективним інструментом сучасних комунікативних технологій для здійснення впливу на свідомість та на підсвідомі ділянки людської психіки. Метафора, вживана в текстах новин, має значне оцінювальне навантаження. Оцінювальна функція метафори виражається у трьох видах:

* позитивна оцінка : *“the U.S.-Philippine military alliance against terrorism іs a rock of stability in the Pacific"* [СNN, Oct. 18, 2003]*.*
* негативна оцінка:*“The United States and Britain are the only players in this macabre game against Iraq”* [CNN, Dec. 23, 2002].
* нейтральна оцінка: *“alliance is an ethnic patchwork”* [NYT, March 14, 2003].

Негативна оцінка властива 72,3% із ста розглянутих метафор, нейтральна – 25,7 %, позитивна – 1,9 %. Це свідчить про те, що використання метафори в інформаційно-політичній сфері диктується переважно негативною оцінкою, і увага аудиторії примусово концентрується на негативних моментах.

Метафора в повідомленнях інтернет-новин має цілком визначені прагматичні цілі: привернення уваги адресата; надання нового емотивного забарвлення; передача авторської точки зору (при цитуванні); заповнення понятійних лакун; посилення сенсаційності повідомлення; прикрашання тексту.

Текстове оформлення веб-сторінок інтернет-новин орієнтується на когнітивні моделі стандартних ситуацій представлення тематично згрупованих знань. Тематичне групування повідомлень відбувається за допомогою ключових слів. Вибір ключових слів веб-сторінок заснований на принципі сегментації навколишнього світу. Категоризація не лише дає змогу адресанту надавати системну інформацію про світ, вона також сприяє орієнтації читача в безмежній кількості одночасно доступних джерел. Зокрема, на веб-сайті новин CNN.Asia.com використовується розбивка на рубрики (Asia, world, weather, business, sports, technology, travel, newsbrief, main page, in-depth), а на CNN.U.S.com додано ще такі вагомі для цієї соціокультурної формації секції як politics, law, space, health, entertainment, education, career, Special REPORTS. Гіпертекстовий формат сторінок інтернет-новин визначає “гіпертекстові ключові слова”: *More news, Full story, Newswatch, Transcripts, Video, E-mail Services, Search*, які виступають у ролі інтерактивних зв’язок і несуть подвійне навантаження – називають рубрику та виконують дію. Аналіз кількісного розподілу ключових слів у текстах повідомлень виявив високий ступінь антропоцентризму інтернет-новин.

Інтернет-новини містять повідомлення офіційних служб новин та форуми обговорення новин, які формують вторинний рівень текстів. Спонтанно створені тексти форумів інтернет-новин сильно контрастують порівняно з чітко організованими, структурованими текстами повідомлень служб новин. Характерними ознаками визначено використання гіпертекстового цитування, замінників невербальних компонентів: емотиконів, графічного виділення, вживання ненормативної лексики та евфемістичної заміни нецензурних висловлювань беззмістовними наборами різних символів, неправильне написання слів, пропуск означеного артикля, допоміжного дієслова, підмета, великої кількості різних типів запитань, особливо риторичних, окличних речень, номінативних конструкцій. Усі ці фактори свідчать про підвищену емоційність повідомлень форумів. Комунікація на форумах інтернет-новин знаходиться на стику публіцистичного та побутово-розмовного стилів.

Предметом особливої уваги у дослідженні інтернет-новин також стало поєднання вербальних, параграфемних та візуальних компонентів інформації в інтернет-новинах. У формуванні оптичного образу веб-сторінки використовуються такі паралінгвістичні засоби: графічна сегментація тексту, довжина рядка, проміжки, шрифт, курсив, підкреслення, колір, друкарські знаки, графічні символи, цифри, допоміжні знаки, засоби іконічної мови (малюнок, фотографія, карикатура, таблиця, схема, креслення), неконвенційна орфографія слів і розстановка знаків пунктуації, формат, ширина поля та кольорове маркування.

Шрифт є необхідним композиційним елементом гіпертексту інтернет-новин, оформленням його вербальної частини і водночас самостійною художньою формою. Можна виділити два функціональних види шрифту – у тексті повідомлення і в окремих візуально-інформативних блоках. Усі елементи графічної організації тексту інтернет-новин: величина букв, їх ширина, відстань, використання різних гарнітур та кеглів призначені привертати увагу адресата, забезпечувати зручність і задавати певний ритм прочитання тексту.

У дослідженні окреслені функції кольорового маркування. Передусім колір в інтернет-новинах виконує організуючу функцію. За допомогою кольору можна розставити акценти, виділити значення, привернути увагу, вплинути на почуття. Комбінація кольорів у межах веб-сторінки сприяє об’єднанню всіх її компонентів у єдине ціле, забезпечує чіткість та цілісність композиції. Чергування кольорів служить засобом розподілу інформації. Зміна кольорів при активізації текстових зв’язок полегшує процес навігації у межах сайту. Кольорове маркування застосовується для виділення найбільш важливих, значимих у смисловому плані елементів вербального компонента інтернет-новин, виконуючи смисловидільну функцію.

З точки зору семіотики, іконічний знак принципово не відрізняється від вербальної мови – як слово, так і зображення можуть виражати поняття різних рівнів абстрактності. Зображення і слова у полікодовому повідомленні інтернет-новин не є простою сумою семіотичних знаків, їх значення інтегруються та створюють загальний зміст повідомлення. Залежно від їхнього референтного співвіднесення між вербальною та візуальною частинами повідомлення встановлюються різні кореляції:

* **відношення паралельної кореляції**, за яких зміст зображення і вербальної частини цілком збігаються:

|  |  |
| --- | --- |
| [CNN, Sept. 11, 2001] | Фото ілюструє повідомлення “Terrorist hit World Trade Center and Pentagon”. Завдяки яскравій кольоровій палітрі, масштабності зйомки увага читача фокусується на повідомленні. |

* **відношення компліментарної кореляції**, за яких зміст візуальної та вербальної частин частково перекриваються, як правило, в такому разі зображення містить конотативну інформацію:

|  |  |
| --- | --- |
| [CNN, Sept. 22, 2001] | Карта, на якій зображена лише частина земної кулі, виражає імпліцитну інформацію, що не всюди реагують однаково на події, які сталися в США. Оскільки не весь світ підтримує США у воєнних діях в Афганістані, через призму CNN він звужується до окремої частини. |

* **відношення субститутивної кореляції**, за яких іконічна інформація заміщує вербальну інформацію. Зокрема, іконки  ,  вказують на наявність відеосюжету до повідомлення, іконка **** – аудіосупровід.

**Висновки**

На основі комплексного аналізу інтернет-новин встановлено, що завдяки поєднанню візуальних, текстових й акустичних засобів представлення інформації, симбіозу традиційних ЗМК (радіо, ТБ, преси) інтернет став глобальним поліфункціональним засобом масової комунікації, який радикально відрізняється від попередніх конструюванням інформації і формою викладу матеріалу.

Інтернет-дискурс є комбінацією дискурсу ЗМК, а також ділового, рекламного, політичного, навчального, побутового дискурсів. З’ясовано, що в інтернет-дискурсі значну роль відіграють звукові, графічні, анімаційні засоби, які в сукупності можуть розширювати, або навіть змінювати повідомлення. Інтернет-новини виступають однією з репрезентацій інтернет-дискурсу і поєднують веб-сайти офіційних служб новин та форуми обговорення новин, які створюють вторинний рівень текстів.

Інтернет-новини існують у вигляді гіпертексту. Гіпертекст – це нова форма тексту, яка характеризується нелінійністю, незавершеністю, децентралізацією. Гіпертексту притаманна множинність авторства та введення стосунків “автор-читач-співавтор”.

Структурними одиницями гіпертексту визначено вузли та зв’язки. Вузол є основним носієм семантичної інформації і представляє окремий завершений блок гіпертексту, в якому комбінується інформація різних знакових систем: тексти, графіка, зображення, анімація, музичні та відео фрагменти. Зв’язки використовуються для поєднання вузлів між собою, виведення на екран змісту вузла, виступають засобом когезії гіпертексту. В інтернет-новинах зв’язки як ключові слова (*Politics, Law, Business, Technology, Education, Science and Space, Health, Travel, Entertainment, Sports*) використовуються для багаторівневого тематичного розподілу за рубриками, підрозділами, секторами. Зв’язки-заголовки служать для виведення основних повідомлень випуску на головну сторінку та сторінки рубрик.

Відбір інформації визначено одним із найважливіших прийомів представлення дійсності. Встановлені фактори відбору інформації: “новизна”, “негативність”, “несподіваність”, “релевантність”, “відповідність”, “виділення”, “залучення адресата”, “елітність”, “джерело інформації”, “фактуальність” свідчать про новий підхід до відображення дійсності, згідно з яким перевага надається неординарним новим подіям та подіям з імпліцитно чи експліцитно вираженим негативним потенціалом.

Дослідження дискурсивного оформлення гіпертекстів інтернет-новин дало можливість виділити стратегії оптимальної організації матеріалу в інтернет-новинах, які забезпечують ефективність повідомлення: розподіл інформації та компресія інформації. Дані стратегії реалізуються на трьох рівнях – рівні веб-сайту новин, який включає головну сторінку та сторінки рубрик, рівні повідомлення та речення.

Головні сторінки веб-сайтів та сторінки рубрик є носіями компресованої інформації. Компресія інформації у межах повідомлення відбувається завдяки оформленню окремих понять у зв’язки-розширення, які мають потенціал розгортання у нові тексти. Зв’язки-заголовки повідомлень, які містять скорочення, абревіатури та акроніми – найбільш компресовані носії інформації на лексичному рівні, несуть максимальне інформативне навантаження. У повідомленнях інтернет-новин використовується три типи компресії інформації: опущення інформації, узагальнення, конструкція.

Встановлено, що для привернення уваги адресата до події, вираження оцінки та здійснення впливу у текстах інтернет-новин використовуються такі риторичні засоби: інтенсифікація та емфазування окремих частин повідомлення, повтор та протиставлення, парцельовані конструкції, метафора та перифраза.

Комплексний аналіз інтернет-новин виявив, що ефективний вплив інтернет-новин реалізується завдяки потужному потенціалу невербальних засобів представлення інформації, які включають параграфеміку, кольорове маркування, зображення. Вони виконують такі функції: інформативна, привернення уваги адресата, економія інформаційного простору, полегшення пошуку необхідної інформації, підвищення ефективності впливу вербальної інформації.

Визначено, що зображення і слова у полікодовому повідомленні інтернет-новин не є сумою семіотичних знаків, їх значення інтегруються та створюють загальний зміст повідомлення. Між вербальною та візуальною частинами інтернет-новин встановлюються такі кореляції залежно від їхнього референтного співвіднесення: відношення паралельної, компліментарної, субститутивної кореляції. Ефективний вплив спостерігається у відношеннях компліментарної кореляції, де вербальний компонент містить інформацію денотативного, а візуальний компонент – конотативного характеру.

Подальші дослідження можуть бути зосереджені на аналізі відео- та аудіофрагментів веб-сайтів інтернет-новин, дослідженні інтерактивних рекламних банерів, поглибленому аналізі інтерактивних комунікативних веб-сайтів інтернет-новин – форумів та чатів.

**Основні положення дисертації викладені у публікаціях:**

1. Коломієць Н.В. Дискурс інтернету як різновид дискурсу // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. – К.: Логос, 2001. – №5. – С. 93-98.
2. Коломієць Н.В. Особливості комунікації в інтернеті // Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. наук. праць. – К.: Вид. центр КНЛУ, 2002. – Вип. 8. – С. 150-156.
3. Коломієць Н.В. Подання інформації на веб-сайтах служби новин CNN: структурні особливості резюме // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. – К.: Логос, 2002. – №7. – С. 254-262.
4. Коломієць Н.В. Зв’язка-заголовок як структурна одиниця інтернет-новин // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. – К.: Логос, 2004. – № 10. – С. 308-316.
5. Коломієць Н.В. Стилістичні й риторичні прийоми у презентації інтернет-новин // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. – К.: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2004. – Вип. 11. – Книга 1. – С. 215-219.

**АНОТАЦІЇ**

**Коломієць Н.В. Лінгвістичні особливості організації гіпертексту інтернет-новин (на матеріалі англійської мови). – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.04 – германські мови. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – Київ, 2004.

Дисертація присвячена аналізу організації гіпертексту інтернет-новин як нової інтерактивної форми новин. Встановлено, що інтернет-дискурс є комбінацією дискурсу ЗМК, а також ділового, рекламного, політичного, навчального, побутового дискурсів. У дослідженні визначається, що інтернет-дискурс реалізується у вигляді гіпертексту, який ґрунтується на принципах нелінійної природи людського мислення, поєднує в собі інформацію різних знакових систем і виконує інформативну та маніпулятивну функції сучасних комунікативних технологій. У роботі проводиться аналіз основних характеристик та структури гіпертексту, визначаються фактори відбору інформації і процеси розподілу та компресії інформації. Особлива увага надається ергономічному принципу оформлення веб-сторінок інтернет-новин.

У дисертації досліджуються основні лінгвальні та позалінгвальні особливості інтернет-новин, структурні одиниці повідомлення, риторичні засоби та прийоми, які використовуються у презентації інтернет-новин. Обгрунтовано, що форуми створюють вторинний рівень текстів новин, який відрізняється від офіційних повідомлень і сприяє поширенню інформації. Встановлено, що ефективний вплив інтернет-новин реалізується значною мірою завдяки потужному потенціалу невербальних засобів представлення інформації. Окреслюється роль параграфеміки, кольорового маркування та візуального компонента у реалізації аргументативного потенціалу інтернет-новин, аналізується поєднання вербального та візуального компонентів.

Ключові слова: інтернет, інтернет-новини, сучасні комунікативні технології, гіпертекст, організація інформації, структурні одиниці повідомлення, зв’язка, параграфеміка, візуальний компонент.

**Коломиец Н.В. Лингвистические особенности организации гипертекста интернет-новостей (на материале английского языка). – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки. – Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко. – Киев, 2004.

Диссертация посвящена исследованию организации гипертекста интернет-новостей, которые представляют новую интерактивную форму новостей. Определено, что интернет-дискурс является комбинацией дискурса СМК, а также делового, рекламного, политического, образовательного, бытового дискурсов. В исследовании определяется, что интернет-дискурс реализуется в виде гипертекста, который основан на принципах нелинейной природы человеческого мышления, объединяет информацию разных знаковых систем и выполняет информативную и манипулятивную функции современных коммуникативных технологий. В работе проведен анализ основных характеристик и структуры гипертекста, определены факторы отбора информации, процессы распределения и компрессии информации в рамках веб-сайта, веб-страницы и текста сообщения. Особенное внимание уделяется эргономическому принципу оформления веб-страниц интернет-новостей.

В диссертации исследуются основные лингвистические и паралингвистические особенности интернет-новостей, структурные компоненты сообщения, риторические средства и приемы, которые используются в презентации интернет-новостей. Обосновано, что форумы представляют вторичный уровень текстов новостей, который отличается от официальных сообщений СМК и способствует распространению информации. Установлено, что эффективное влияние интернет-новостей реализуется с помощью потенциала невербальных средств представления информации. Определяется роль параграфемики, цветового маркирования и визуального компонента при реализации аргументативного потенциала интернет-новостей, также анализируется взаимодействие вербального и визуального компонентов.

Ключевые слова: интернет, интернет-новости, современные коммуникативные технологии, гипертекст, организация информации, структурные единицы сообщения, связка, параграфемика, визуальный компонент.

**Kolomiyets Nelya V. Linguistic Aspects of Internet-News Hypertext Organization (Based on English). – Manuscript.**

Thesis for Candidate Degree in Philology: Speciality 10.02.04 – Germanic Languages. – Kyiv National Taras Shevchenko University. – Kyiv, 2004.

The thesis focuses on the analysis of the hypertext structure of internet-news that is a new interactive type of news. Verbal and non-verbal characteristic features of internet-news hypertext are analysed. The study proves that due to amalgamation of visual, acoustic and verbal means of information packaging, effective combination of traditional mass media (radio, TV, press) internet grew into global multifunctional medium of mass communication that establishes new patterns of information structuring and presentation of reality.

The paper provides grounds that make it possible to single out internet-discourse (electronic discourse) as a separate type of discourse – combination of different types of discourses: mass media, business, advertising, political, educational and common everyday discourse. Internet-discourse is materialized in hypertext. Hypertext is a new form of electronic nonlinear and nonsequentional text that is designed to exist in cyberspace. It differs from printed text by multilinear decentered structure, interactive character, dialogism, heteroglossia, discontinuity, author-reader relations. Hypertext embodies a new form of intertextuality transforming potential connections between its structural components into real ones.

Hypertext consists of a network of nodes connected by links that belong to different web-pages. A network is simply a collection of nodes, linked together to form a collection of texts. A node presents one concept or idea; it contains text, graphics, audio and video abstracts, animation. The node where link originates is a reference and the node at which a link ends is a referent. The node is displayed by means of link activation. Links may be bidirectional thus facilitating backward traversals. Links are either referential (for cross-referencing purposes) or hierarchical (showing parent-child relationship). Links consist of verbal and nonverbal elements, words and phrases or graphic symbols and images. Links are the markers of hypertext cohesion. In the internet-news links as key-words: Politics, Law, Business, Technology, Education, Science and Space, Health, Travel, Entertainment, Sports are used for multilayer information structuring by means of world categorization. Links-headlines are used to interconnect the pieces of news and locate them on the main page.

The thesis highlights importance of information selection as a reader focuses his/her attention only on the abstracts of the reality that are presented in the news. Selection of news is an effective tool of modern communicative technologies. The research made it possible to single out ten major factors of information selection: “novelty”, “negatively marked information”, “unexpectedness”, “relevance”, “consonance”, “highlighting”, “addressee involvement”, “eliteness”, “source”, “factivity” and the preference to the new extraordinary events and events with explicit or implicit negative potential. Each factor is characterised by specific linguistic markers. Information selection determines the anthropocentric character of internet-news.

It was established that in order to catch reader’s attention, express evaluation, and influence reader’s opinion such rhetorical means and figures as intensification, emphasis, repetition, contrast, parceling, alliteration, metaphor, and periphrasis are used. Research of the internet-news rhetoric identifies the most effective ways of these means application in the internet-news.

The study of discursive aspects of internet-news proves that the strategies of optimum information arrangement are information distribution and compression. These strategies are implemented on three levels – web-site, that includes the main page and topic pages, article-site, and sentence. Three types of information compression used in the internet news reports were singled out: omission, generalization, construction.

It’s substantiated that forums belong to the secondary level of internet news that differ from the official news-sites and contributes to information spread and interpretation.

Internet-news effective influence and persuasive aim are realized by means of non-verbal components such as graphic means, geometrical shapes, colour marking, and visual element. They perform informative, attractive, space saving, information search facilitating functions, and the function of verbal component influence intensification. The tendency of shifting from verbalization to visualization of the message becomes evident in the internet-news. The thesis proves that visual element becomes of crucial importance in the internet news hypertext. Multisemiotic character of internet news presupposes integration of verbal and visual elements. In the paper basic verbal-visual correlation types were singled out: parallel, complimentary, and substitutional correlation.

The thesis constitutes the first attempt to conduct an all-embracing analysis of internet-news hypertext. Further research can be concentrated on internet-news video and audio constituents, interactive advertising banners as well as the study of peculiarities of interactive communicative web-sites such as forums or chats.

Key words: internet, internet-news, modern communicative technologies, hypertext, information packaging, structural units of news reports, link, non-verbal means, visual еlement.

воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>