

[http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/1/1/2/9/6/pages112965/pl12965-1/php](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/1/2/9/6/pages112965/pl12965-1/php)

8. *Hartmut Schroder* Ethnozentrismus, Stereotype und Lakunen – Methodologische Überlegungen zur Analyse interkultureller Kontaktsituationen// Hans Uske, Hermann Vollings, Jochen Zimmer, Christof Stracke (Hrsg.): "Soziologie als Krisenwissenschaft" – Festschrift zum 65.

9. Geburtstag von Dankwart Danckwerts. Köln 1998. Politische Soziologie Band 11. S. 41-56.

Стаття надійшла до редакції 20.04.13.

*Зинченко Г.Ю.*, зам.зав.каф.,

Национальная академия Службы Безопасности Украины

### **ИНСТРУМЕНТАРИЙ ТЕОРИИ ЛАКУНАРНОСТИ В ИССЛЕДОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*В статье рассмотрены основные признаки и существующие классификации лакун, исследованы возможности применения теории лакунарности для предупреждения коммуникативных неудач.*

**Ключевые слова:** лакуна, культурные различия, коммуникативная неудача.

### **TOOLS OF THE LACUNA THEORY IN INVESTIGATION OF INTERCULTURAL COMMUNICATION**

*The existing classifications and main characteristics of lacunas, the use of the lacuna theory in the prevention of communicative failures are considered in this article.*

**Key words:** lacuna, cultural differences, communicative failure.

УДК 004.738.5

*Иванова К.А.*, асп.,

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

### **ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТЫ: ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ**

*Статья посвящена вопросу изучения Интернет-текстов в рамках комплексного подхода медиалингвистики. Автор акцентирует внимание на функционально-жанровой классификации медиа текстов, которая требует значительной доработки, и ставит задачей своего*

*исследования создать всестороннюю характеристику информационно-аналитического типа Интернет-текстов, что в дальнейшем послужит основой для выведения системы классификации медиа текстов. В статье указаны объект, задачи, основные методы и актуальность исследования. Такой взгляд на изучение медиа текстов может быть интересен специалистам в области лингвистики, журналистики и смежных с ними дисциплин.*

**Ключевые слова:** *медиа речь; Интернет-текст; информационно-аналитический жанр; функционально-жанровая классификация; медиалингвистика.*

Функции и возможности, предоставляемые Интернет-технологиями и Интернет-ресурсами, являются незаменимыми в коммуникации современного общества (коммуникации разных видов и уровней). Несмотря на свое довольно таки недавнее появление, Интернет стал наиболее используемым средством массовой информации и коммуникации. Он ускорил и упростил процесс коммуникации, преодолел барьер расстояния и снял проблему ограниченности тиража.

Количество пользователей Всемирной Паутины постоянно возрастает, поскольку Интернет способствует более эффективной профессиональной и более активной и разнообразной социальной деятельности. Причины обращения к Интернет-ресурсам для каждого человека индивидуальные, но самые основные и общие из них это:

- оперативность и сверхскорость передачи информации на расстояния, размеры которых неважны;
- доступность к получению, передаче и обработке информации двадцать четыре часа в сутки семь дней в неделю;
- низкая цена или же полное ее отсутствие за возможность пользоваться Интернет-ресурсами.

Этот перечень можно продолжать бесконечно, находя множество индивидуальных причин, по которым каждый из нас пользуется сегодня услугами всемирной сети.

Интернет является объектом изучения ряда дисциплин, в первую очередь социальных и гуманитарных, то есть является междисциплинарным объектом исследования, поскольку проявляет себя в различных сферах человеческой деятельности.

Что касается лингвистических исследований, то сегодня идет активная работа по изучению Интернета. Более того, именно благодаря ученым-лингвистам (С.И.Бернштейн, Д.Н.Шмелёв,

В.Г.Костомаров, Ю.В.Рождественский, Г.Я.Солганик, С.И.Трескова, И.П.Лысакова, Б.В.Кривенко, А.Н.Васильева и др.) появилась такая дисциплина, как медиалингвистика, которая представляет комплексный подход к изучению языка средств массовой информации. Появление этой дисциплины связано с накоплением объёма исследований языка СМИ, который достиг "критической массы", что сделало возможным переход этих исследований в новое качество – медиалингвистику. (Добросклонская).

Проект нашего исследования – информационно-аналитических Интернет-текстов – лежит в рамках именно этой дисциплины.

На современном этапе исследований медиатекстов, ученые выделяют среди них четыре базовых функционально-жанровых типа: новости, информационная аналитика и комментарий, публицистика и реклама. Но, все же, перед лингвистами стоит задача выделить и описать основные типы медиатекстов с помощью четкой системы параметров. Эта задача усложнена тем, что типологическое описание текстов СМИ должно основываться с одной стороны на общей типологии речи, с другой – на типологии традиционных жанров журналистики. Сверх того, жанровые классификации медиаречи отличаются в разных лингво-культурных традициях, например, русской и английской, что делает задачу еще сложнее. На данный момент базовыми параметрами для типологического описания медиатекстов являются:

- способ создания (авторский – корпоративный, устный – письменный);
- способ воспроизведения (устный – письменный);
- канал распространения (средство массовой информации: печать, радио, телевидение, Интернет);
- функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика, реклама);
- тематическая доминанта/ медиа топик (политика, бизнес, культура, спорт и т.д.) (Добросклонская, 2008).

В нашем исследовании объектом выступают русскоязычные информационно-аналитические тексты сети Интернет политической тематики, размещенные на электронных сайтах изданий.

Цель исследования – создание полноценного типологического описания информационно-аналитических медиатекстов в сети Интернет – предполагает решение ряда задач, основными из которых являются:

- отбор языкового материала (русскоязычные аналитические статьи/ тексты на тему политики, размещенные на сайтах различных изданий, как, например, "ria.ru", "Око планеты", "Дигиталметро", "Аналитика", "alternatio", "iagex" и др.);
- анализ отобранных текстов;
- выделение и описание лингвистических и медийных характеристик данного типа текстов;
- создание всесторонней типологической характеристики информационно-аналитического типа медиатекстов.

Как отмечает исследователь Т.Г. Добросклонская, информационно-аналитический жанр медиатекстов – аналитические обзоры событий, политические комментарии (то есть, тексты, выражающие мнение и оценку) – является обязательным и важнейшим компонентом современных СМИ. Информационно-аналитические тексты в наибольшей степени реализуют одну из главных функций массовой коммуникации – интерпретационную, или идеологическую. "Если новости отражают каждодневную меняющуюся картину мира, то тексты информационно-аналитические окрашивают эту картину в десятки разнообразных цветов, придавая ей определенный мировоззренческий оттенок, ту или иную идеологическую модальность". (Добросклонская, 2008).

Интерпретационная функция массовой коммуникации реализуется как с помощью медиа-технологий, так и средствами языка (на лингвистическом уровне). Поэтому анализ и описание аналитических Интернет-текстов требует подхода как минимум с двух позиций – со стороны лингвистики и со стороны науки о СМИ.

Т.Г. Добросклонская на основе исследований английской медиаречи выводит основные признаки информационно-аналитических медиа текстов:

*1) с точки зрения СМИ:*

- отбор фактов – эффективная медиатехнология, которая позволяет интерпретировать события, расставляя политические акценты; "будучи связанным с идеологической функцией, отбор фактов служит действенным инструментом информационной политики, а также может использоваться как мощное оружие для ведения информационной войны" (Добросклонская);
- освещение событий – непосредственно связано с информационно-аналитическими текстами – лингвистически

оформленное выражение мнения, оценки, снабжение информации комментарием;

*2) с точки зрения языка*

- употребление слов и словосочетаний с оценочным значением, а также с отрицательными или положительными коннотациями;

- манипуляции идеологически-модальной лексикой;

- использование различных стилистических приемов: сравнений, метафор, анафор, аллюзий и т.п.;

- особое синтаксическое построение фразы: порядок слов, вопросы, повторяющиеся синтаксические конструкции;

- синтагматические особенности (наиболее частотные/типичные сочетания частей речи, клишированные соединения, коннотативные соединения, идиоматические словосочетания, культуроспецифичные словосочетания). (Добросклонская, 2008)

Также интересен факт, отмеченный исследовательницей, что в английских "качественных" изданиях (так называемые "quality press") информационно-аналитические материалы намеренно отграничены от собственно новостных и публикуются на специальных страницах "analysis, opinion, comment"; как правило, тексты информационной аналитики индивидуально-авторские и это может быть и комментарием известного политика, эксперта, экономиста, может быть и мнение редактора (в традиционной для английской прессы колонке "editorial comment").

Целью же нашего исследования является создание характеристики русскоязычных информационно-аналитических текстов, что в дальнейшем поможет сопоставить полученные результаты с исследованиями англоязычных медиатекстов данного типа и говорить о вопросе культурно-языкового влияния средств массовой коммуникации.

В работе будут использованы наиболее эффективные методы, предлагаемые для исследования медиаречи: лингвистические методы анализа (лексические, синтагматические, стилистические, социолингвистические характеристики текстов); контент-анализ (подсчет специально выбранных текстовых единиц); дискурсивный анализ (выявление связи между языковой и экстралингвистической стороной текста); метод критической лингвистики (выявление скрытой политико-идеологической составляющей текста); когнитивный анализ (соотношение

реальной действительности и ее медиарепрезентацией); лингвокультурный анализ (выявление культурозначимых компонентов текста).

В исследованиях медиаречи и медиадискурса зарубежные (в частности английские) ученые сделали несколько шагов вперед по сравнению с нашими соотечественниками, но, все же, остается еще множество вопросов, на которые предстоит дать ответы, и одним из этих вопросов является создание четкой, системной классификации медиатекстов (которая, в идеале своем будет универсальна для различных медиалингокультур). Наша работа, нацеленная на вычленение и описание типологических признаков информационно-аналитических текстов, должна внести свою лепту в разработку универсальной классификации медиатекстов, которая будет учитывать всесторонние характеристики текста – социолингвистические, когнитивные, психолингвистические, риторические и др.

Именно такой всесторонний, комплексный подход к анализу медиаречи позволит не только понять ее внешние особенности, но и раскрыть внутренние механизмы ее порождения, распространения и воздействия на массовую аудиторию.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ : учебное пособие / Т. Г. Добросклонская. - М. : Флинта, 2008. - 264 с.

2. Основы теории коммуникации. Учебно-методическое пособие для студентов специальности 350400 "Связи с общественностью" / Сост. Ж.В.Николаева.- Улан-Удэ: ВСГТУ

3. *Попов А.В.* Интернет как новый институ трансформации социальных процессов. // <http://ms.znate.ru/docs/1577/index-55536.html>

4. *Boyd-Barret O.* Media Imperialism: towards an international framework for the analysis of media systems. Ch. 5 in *Mass Communication and Society*. London, 1977, p.251.

5. *DiMaggio P., Hargittai E., Neuman R., Robinson J.* Social implications of the Internet Режим доступа: [http://www.wrneuman.com/works/2001\\_socialimplication.pdf](http://www.wrneuman.com/works/2001_socialimplication.pdf)

6. *Domenick J.* The Dynamics of Mass Communication. NY, 1993, p.377.

*Стаття порушує питання вивчення Інтернет-текстів у межах комплексного підходу медіалінгвістики. Автор акцентує увагу на*

функціонально-жанровій класифікації медіа текстів, наголошуючи про потребу її вдосконалення, та ставить метою свого дослідження створення усесторонньої характеристики інформаційно-аналітичного типу Інтернет-текстів, що в подальшому послугує основою для виведення системи класифікації медіа текстів. У статті вказано об'єкт, задачі, основні методи та актуальність дослідження. Такий погляд на вивчення медіа текстів може зацікавити спеціалістів усфері лінгвістики, журналістики та дотичних до них дисциплін.

**Ключові слова:** медіамовлення; Інтернет-текст; інформаційно-аналітичний жанр; функціонально-жанрова класифікація; медіалінгвістика.

*The article is devoted to the issue of the Internet-texts` research according to the complex approach of medialogistics. The author turns attention to the functional-janre classification of mediatexts that needs to be worked out and improved. The task of the author`s research is to create a comprehensive characteristic of an analytical type of Internet-texts which may serve as a background for further systematic classification of mediatexts. The object, the tasks, the methods and the urgency are mentioned in the article. This kind of approach may be interesting for specialists in linguistics, journalism and the attached disciplines.*

**Key words:** mediaspeech; Internet-text; analytical janre; functional-janre classification; medialogistics.

УДК 811.93.004.55

**Іванчук К.В., асп.,**

Горлівський інституту іноземних мов, Горлівка

## **СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ЗМІ**

*У статті розглядається конвергенція інтернет-ЗМІ із соціальними мережами. Формується нова медіасистема, у якій взаємодіють професійна та соціальна журналістика, а нові інтерактивні канали розповсюдження новин – соціальні мережі – дозволяють подолати односторонній характер комунікації традиційних медіа, роблять можливим двосторонній діалог. Популяризація соціальних мереж, модифікація медіа-простору призвели до розширення досліджень соціальних медіа, заснованих на технологіях Веб-2.0*