

На правах рукописи

Никифорова Жанна Александровна

**САМООРГАНИЗАЦИЯ ГИПЕРТЕКСТА
(НА МАТЕРИАЛЕ ГАЗЕТЫ «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Челябинск – 2011

Работа выполнена на кафедре английской филологии и методики преподавания английского языка ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»

Научный руководитель: доктор филологических наук,
профессор
Белоусов Константин Игоревич

Официальные оппоненты: доктор филологических наук,
профессор
Мышкина Нэлли Леонидовна
доктор филологических наук,
профессор
Попова Наталья Борисовна

Ведущая организация: ФГБОУ ВПО «**Алтайский
государственный университет**»

Защита состоится 25 октября 2011 г. в 9 часов на заседании диссертационного совета Д 212.296.05 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет» по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВПО «Челябинский государственный университет» по адресу: 454001, г. Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129.

Автореферат разослан «22» сентября 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук,
доцент

Г.С. Вардугина

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационное исследование выполнено в русле общей теории текста и посвящено одной из актуальных проблем современной лингвистики и теории языка – структурно-семантической организации и пространственной самоорганизации гипертекста, в частности, газетного гипертекста.

Актуальность связана с разработкой проблемного поля общей теории текста, формирующейся под влиянием широкого спектра концепций и направлений (когнитивизма, функционализма, лингвосинергетики, лингвопрагматики и пр.), в рамках которой газетный гипертекст представляет собой один из типов текста и определяется как открытая, динамическая, нелинейная система, имеющая специфические параметры организации и самоорганизации.

Разработка теории гипертекста является на данном этапе одним из **актуальных** направлений в науке. Вопросам гипертекста посвящено много работ, рассмотрены различные стороны и аспекты данного объекта: в лингвосомиотическом аспекте (О.В. Дедова), в лингвопрагматическом аспекте (Е.С. Клочкова, Н.Ф. Ковалева, С.А. Стройков), с позиций лингвокультурологии (О.В. Лутовинова) рассмотрены типологические и функционально-стилистические характеристики электронного гипертекста (А.С. Махов, А.В. Протченко), определены лингвокогнитивные особенности электронного гипертекста (П.И. Сергиенко) и многие другие аспекты. Все вышеперечисленные работы посвящены по преимуществу вопросам электронного гипертекста, в данной же диссертационной работе рассматриваются вопросы *печатного* газетного гипертекста.

Актуальность данного диссертационного исследования обусловлена необходимостью изучения параметров самоорганизации газетного гипертекста, а также малой изученностью вопросов ритмизации текста газеты как одного из принципов самоорганизации газетного гипертекста, представляющих в современной науке особый интерес. Размер как один из параметров организации газетного гипертекста изучен мало. Что касается *размера* газетного текста и его компонентов (таких как статья, заголовок, рубрика и т.д.), то данная проблема, на наш взгляд, является еще недостаточно разработанной, и в этом аспекте изучение газетного текста представляется актуальным.

Интенсивное изучение текста газеты ведется несколько десятилетий. Различные стороны этого сложного лингвистического объекта освещены в нескольких аспектах: в коммуникативном аспекте (И.В. Алещанова, Л.Д. Аскерова, Е.В. Власова и др.), в функционально-стилистическом аспекте (М.Р. Желтухина, Н.Ю. Новохачёва, Е.В. Темнова и др.), в прагматическом аспекте (Е.Н. Комаров, Э.Х. Алиева, Т.Ф. Каримова и др.) в лингвокультурологическом аспекте (Е.В. Курченкова, Э.М. Аникина и др.). Таким образом, в данном диссертационном исследовании пересекаются два

актуальных на современном этапе направления – исследование газетного текста в рамках теории гипертекста.

Актуальность диссертационного исследования подтверждается проведением конференций по данной проблематике, например, Всероссийской научно-практической конференции «Гипертекст как объект лингвистического исследования», Всероссийской научной конференции «Дискурсивный континуум: текст – интертекст – гипертекст».

Объектом диссертационного исследования является гипертекст, а **предметом** изучения – газетный гипертекст, в котором расположение текстовых блоков обусловлено семантической организацией (концептуальной проекцией физического пространства гипертекста).

Цель работы заключается в экспликации и описании параметров самоорганизации газетного гипертекста на структурном, композиционно-графическом, ритмическом и семантическом уровнях.

В соответствии с поставленной целью в диссертационном исследовании решаются следующие **задачи**.

1. Рассмотреть существующие подходы к определению термина «гипертекст» и выявить понятийный потенциал данного термина.

2. Определить статус гипертекста по отношению к конструктам «текст» и «интертекст».

3. Дать семантико-стилистическую характеристику газетных заголовков, сравнить размеры газетных статей и заголовков, выявить их соотношение.

4. Определить параметры организации и самоорганизации газетного гипертекста.

5. Изучить распределение семантических полей заголовков и их взаимосвязь с размером заголовка.

6. Рассмотреть ритмы членения пространства гипертекста газеты и определить сектора и границы членения текста.

7. Разработать метод лингвистического изучения процессов организации и самоорганизации газетного гипертекста.

8. Реконструировать симультанно-сукцессивную модель газетного гипертекста.

Гипотеза, верифицируемая в процессе исследования, состоит в том, что тексты газеты и заглавия статей можно рассматривать как гипертекст, имеющий свои принципы организации и самоорганизации. Функцию гиперссылки выполняет заголовочный комплекс газетной статьи.

В работе с исследуемым материалом использованы следующие **методы**:

1) общенаучные методы: сбор и классификация материала; метод сплошной выборки;

2) лингвистические методы: метод лингвистического описания и моделирования, метод графосемантического моделирования, компонентный анализ;

3) вероятностно-статистические методы: метод статистической обработки данных, корреляционный анализ;

4) методы компьютерной лингвистики: Информационная система графосемантического моделирования «Семограф», разработанная лабораторией филологического моделирования и проектирования ГОУ ОГУ, <http://семограф.рф/>, специализированная компьютерная программа Statistika 6.0.

Материалом для исследования послужили тексты статей периодических изданий газеты «Комсомольская правда» (с 1960 по 1995 гг.). В силу большого объема материала выборка была составлена следующим образом:

1) взяты по одному номеру за каждый месяц года, начиная с 1960 г. с интервалом в 10 лет: по 12 номеров за 1960, 1970, 1980, 1990 гг. (всего 48 газетных номеров);

2) в качестве дополнительного материала были взяты по два номера газеты «КП» за февраль каждого года, начиная с 1960 г. с интервалом в 5 лет, т.е. за 1960, 1965, 1970, 1975, 1980, 1985, 1990 и 1995 гг. (всего 16 газетных номеров).

Выбор материала исследования обусловлен ценностью для настоящей работы таких особенностей текстов СМИ, как высокая информативность, стилевое разнообразие, направленность на массового адресата, обуславливающая установку на максимальную эффективность речевого сообщения и максимально полное использование текстообразующего и воздействующего потенциала языковых единиц, а также быстрое реагирование на происходящие в современном языке изменения, нелинейность и гипертекстуальность. Выбор в качестве материала исследования периодических изданий газеты «Комсомольская правда» обусловлен, во-первых, авторитетностью данного издания, а также направленностью на широкий круг читателей. Выбор периодических изданий за период с 1960 г. по 1995 г. обусловлен стремлением дать сопоставительную характеристику семантического пространства данной газеты, а также более простой, по сравнению с современными изданиями, формой газеты.

Достоверность полученных результатов обеспечивается последовательной методологической организацией исследования, применением разноаспектных методов и установлением процедур их оценки на основе методов вероятностно-статистического анализа и метода моделирования.

Научная новизна диссертации заключается в том, что в ней впервые теоретически обосновывается проблема самоорганизации газетного гипертекста, предлагается классификация газетных заголовков (элементов гипертекста), основанная на их размере и особенностях их структуры. В работе рассматривается выборка газетных заголовков в качестве гипертекста, проводится исследование ритмов членения газетного гипертекста и создана

композиционно-графическая модель гипертекста газет на материале газеты «Комсомольская правда». В рамках диссертационного исследования впервые выявлено соотношение размеров газетных заголовков и статей. Таким образом, научная новизна состоит в создании метода лингвистического изучения процессов организации и самоорганизации газетного гипертекста.

Новизна исследования заключается в том, что впервые проведен анализ понятийного потенциала термина «гипертекст», построена графосемантическая модель данного термина, позволившая определить наиболее актуальные и перспективные области исследования гипертекста.

Теоретическая значимость диссертации определяется тем, что исследование размера газетного текста и его составляющих как интегративной характеристики его структуры и функционального состояния, а также разработанный метод гипертекстуального анализа позволяют расширить теоретические представления о тексте и о гипертексте, способствует обогащению данных теории языка в целом.

Значимость исследования состоит и в развитии теории гипертекста. Предлагаемый нами метод дает возможность осуществить исследования типов структур газетного гипертекста разными путями: сукцессивная модель гипертекста – посредством графосемантического моделирования пространства заголовочных комплексов, симультанная модель – через анализ формальной организации (связь семантических полей в физическом пространстве гипертекста газеты, размер отдельных блоков, ритм переходов от одного блока (текста) к другому). С помощью метода моделирования результаты исследования формальной (материальной) и концептуальной составляющей будут представлены в виде сопоставимых друг с другом моделей, что позволит рассмотреть гипертекст и концепт как самоорганизующуюся систему.

Результаты исследования представляют теоретическую ценность для теории текста, так как позволяют расширить знания о структуре и строении текста, а также расширяют классификацию текстов (считая печатный гипертекст одним из типов текста), обогащают знания о механизмах и способах организации и самоорганизации текста в контексте гипертекста газеты. Диссертационное исследование представляет теоретическую значимость для теории гипертекста, поскольку расширяет возможности исследования и интерпретации печатных гипертекстов.

Практическая значимость работы:

- основные положения и результаты исследования могут быть использованы в рамках проведения лекционных и практических занятий курсов гуманитарных и социальных дисциплин; в университетских курсах по стилистике текста;

- разработанные процедуры определения размера текста и обнаруженные новые закономерности его структурной организации могут использоваться при обучении профессиональному филологическому анализу текста и в разного рода экспертизах;

- полученная композиционно-графическая модель гипертекста газеты может быть полезна для планирования верстки газеты, создания и оптимизации электронных версий газет;

- предложенный метод гипертекстуального анализа газетного текста, характер создаваемых моделей могут использоваться в рамках преподавания курса теоретических и методологических аспектов научного знания в гуманитарных науках, дисциплин, связанных с анализом данных, для технических специальностей.

Перспективы исследования состоят в сопоставительном анализе сукцессивно-симультантных моделей гипертекста газеты «Комсомольская правда» за 1960 г. и современных изданий, а также в сравнительном анализе данных моделей газеты «КП» с другими периодическими изданиями. Перспективным в рамках данного исследования представляется изучение стратегий чтения газетного номера по заглавиям статей (читательского фрейма).

Положения, выносимые на защиту:

1. Газетный текст есть гипертекст, с присущими ему принципами организации и самоорганизации, определяющимися пространственным расположением композиционно-графических блоков, семантикой и ритмами членения гипертекстового пространства.

2. Параметрами организации газетного гипертекста выступают размер его структурных элементов и их структурно-семантические особенности, а также уровневая организация заголовочного комплекса газетной статьи.

3. Параметрами самоорганизации гипертекста газеты являются ритмы членения графического пространства и пространственное расположение семантических полей газетных заголовков.

4. Структура семантического пространства гипертекста заголовков управляет композицией (расположением) текстовых блоков. Композиционная семантика гипертекста газеты может быть представлена в виде двух моделей (симультанной и сукцессивной).

5. Заголовок – самостоятельный элемент системы газетного гипертекста, семантически, прагматически и функционально связанный с текстом статьи, но стоящий вне него; являющийся автономным на ритмическом уровне.

6. Размер газетного заголовка отражает общую тематическую направленность газетного номера и зависит от семантической организации заголовка.

Апробация работы. Основные результаты исследования излагались на Международной научно-практической конференции «Филологические чтения» (Оренбург, 2009), V Международной научной конференции «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах» (Челябинск, 2010), III Международной научной конференции «Актуальные проблемы современного научного знания» (Пятигорск, 2010), Международной научной конференции «Речеведение: современное

состояние и перспективы» (Пермь, 2010), Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Гипертекст как объект лингвистического исследования» (Самара, 2010), Межвузовской научной преподавательской конференции «Развитие мирового социокультурного пространства» (Оренбург, 2010), Региональной научной конференции преподавателей «Социокультурное образование в условиях модернизации современного общества» (Оренбург, 2011).

Диссертационное исследование обсуждалось на заседании кафедры английской филологии и методики преподавания английского языка Оренбургского государственного университета (23 ноября 2010).

Фрагменты данной работы обсуждались на аспирантских семинарах в рамках Лаборатории филологического моделирования и проектирования ГОУ ОГУ (2008 – 2010).

По материалам диссертационного исследования опубликовано 13 печатных работ, в том числе 4 публикации в изданиях, рекомендованных ВАК.

Структура работы определяется поставленной целью, задачами и всем ходом исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, который включает 218 источников, списка источников, 6 приложений. В тексте 19 таблиц и 7 рисунков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** определяется общее направление исследования, формулируются цель и задачи, дается обоснование актуальности работы, ее научной новизны, теоретической значимости и практической ценности, излагаются основные положения, выносимые на защиту, описываются материал и методы исследования.

Глава 1 «Газетный текст и гипертекст как объекты лингвистического исследования» посвящена исследованию таких базовых конструктов теории текста, как «текст», «интертекст» и «гипертекст» применительно к газетному тексту. В рамках данной главы проведено разграничение понятий «текст» и «гипертекст», «интертекст» и «гипертекст».

В последние десятилетия интерес к тексту как лингвистическому объекту постоянно возрастает. Учеными проведены исследования различных сторон данного объекта в контексте разных теорий и с различных позиций (К.И. Белоусов, И.Р. Гальперин, А.Ю. Корбут, Ю.М. Лотман, Г.Г. Москальчук и др.).

Ученые по-разному определяют понятие текста, рассматривают его категории, особенности, характеристики. Так, Н.С. Валгина определяет текст «как динамическую единицу высшего порядка, как речевое произведение, обладающее признаками связности и цельности – в информационном, структурном и коммуникативном плане» (Валгина 2002, 2). Для данного

исследования представляет интерес проявление текстовых категорий и признаков в гипертексте, а именно в гипертексте газеты.

Считаем, что газетный гипертекст является текстом с характерными для него признаками целостности и связности. В структуре гипертекста газеты можно выделить локальную и глобальную связность.

Локальная связность будет проявляться на уровне абзацев, высказываний и т.д., а также между статьями одной рубрики или одного раздела.

Глобальная связность отражает связь между полосами газеты, ее рубриками, разделами, а также между отдельными номерами.

Что касается членимости газетного гипертекста, на наш взгляд, в данном виде текста этот признак выражен наиболее четко. Газетный текст (гипертекст) можно делить на статьи (отдельные тексты), страницы (полосы), рубрики, разделы, иллюстративный материал и т.д.

В качестве структурных элементов гипертекста можно выделить: 1) отдельную информационную единицу и 2) гипертекстовую ссылку (средство, делающее возможным переход от одной информационной единицы к другой (О.В. Барст, О.В. Дедова, М.В. Масалова).

Гипертекстовая ссылка считается основным средством реализации когезии и обеспечения когерентности в электронном гипертексте. Гипертекстовые ссылки разделяются по возможности перехода на однонаправленные и двунаправленные (перекрестные) и в зависимости от места расположения информационных единиц на внутритекстовые и межтекстовые. Роль гиперссылок в газетном тексте, на наш взгляд, выполняют заголовки статей.

Таким образом, структурными элементами газетного гипертекста мы будем считать заголовки и текст статей.

Гипертекст часто рассматривается в кругу других лингвистических объектов, тесно связанных с ним, такими как текст и интертекст.

В настоящее время в лингвистике и теории текста существует несколько определений понятия «интертекст».

«Интертекст – основной вид и способ построения художественного текста в искусстве модернизма и постмодернизма состоящий в том, что текст строится из цитат и реминисценций к другим текстам» (Руднев 2003).

Интертекстуальные ссылки в любом виде текста способны к выполнению различных функций из классической модели функций языка, предложенной в 1960 г. Р. Якобсоном: экспрессивная функция, аппеллятивная функция, поэтическая функция, референтивная функция, метатекстовая функция.

Сравнение данных функций интертекста с функциями гипертекста (коммуникативной, когнитивной, тезаурусной, культуuroобразующей, эстетической) позволило сделать вывод, что функции гипертекста и интертекста различаются друг от друга. Однако функции, присущие интертексту, могут выполнять отдельные тексты, входящие в гипертекст

(например, газетные заголовки, которые выполняют апеллятивную функцию).

В современной информатике, лингвистике и теории текста существует множество определений гипертекста. Очевидно, что при таком разнообразии определений необходим системный интегрированный подход к изучению данного понятия. Интегральная модель, дающая возможность системного подхода к изучению существующих на данном этапе дефиниций термина «гипертекст», может быть создана с помощью метода графосемантического моделирования, разработанного К.И. Белоусовым и Н.Л. Зелянской.

Моделирование понятийного потенциала термина «гипертекст» включает в себя следующие этапы.

I. Компонентный анализ определений.

1. Из работ по информатике, литературоведению, теории языка и пр. методом сплошной выборки было выделено 25 определений термина «гипертекст».

2. В каждом определении были выделены понятийные компоненты-единицы, которые являются принципиально важными «для выявления сущностных черт термина» (К.И. Белоусов 2008, 44). В результате анализа дефиниций выделено 104 понятийных компонентов-единиц.

II. Полевой анализ определений.

Из выделенных компонентов-единиц были сформированы понятийные (семантические) поля. В результате компонентного анализа дефиниций термина «гипертекст» получилось 10 понятийных полей, несущих в себе основные характеристики данного понятия.

II. На втором этапе:

1. Определилось количество связей между полями в рамках понятийного пространства каждого определения гипертекста.

2. Было подсчитано общее количество взаимодействий, которое образует каждое поле с другими полями во всех дефинициях термина «гипертекст».

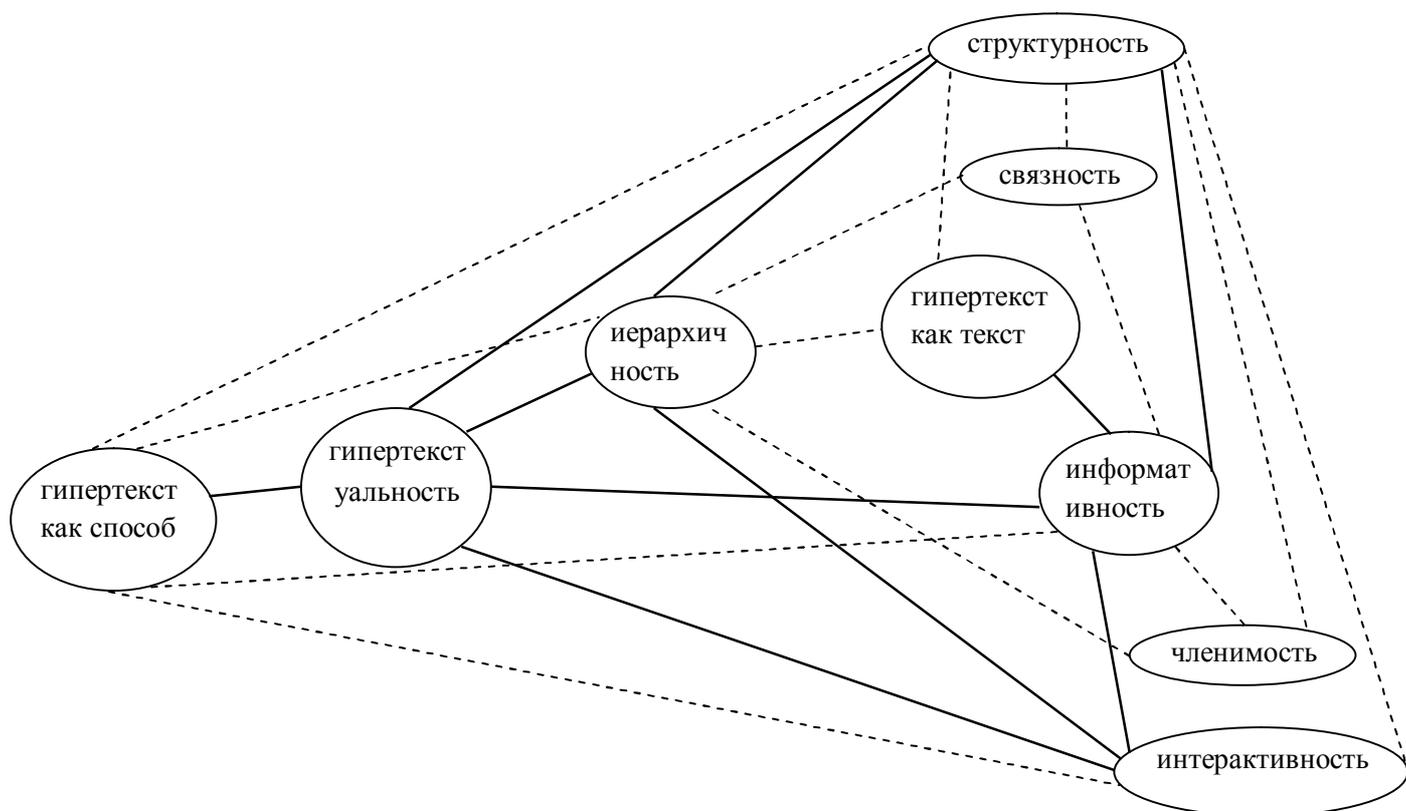
3. Обнаруженные связи между понятийными полями проходили фазу графической репрезентации (построение семантического графа). Собственно построение семантического графа из уже имеющихся (предварительно выявленных) связей состоит из следующих операций:

- 1) необходимо расположить компоненты на графической плоскости;
- 2) определить из всего набора обнаруженных связей значимые (главным образом, учитывая статистические закономерности);
- 3) с помощью соединительных стрелок отметить наличие установленных связей между компонентами.

Однако дальнейшему анализу были подвергнуты не все поля модели, а только те, которые преодолели порог статистической значимости (не были приняты к рассмотрению поля, количество компонентов в которых оказалось меньше среднего значения).

Понятийный аппарат термина «гипертекст» представлен в виде графосемантической модели на рис.1.

Рис. 1. Графосемантическая модель термина «гипертекст»



Примечание. Чем толще линия, тем больше связей обнаруживает один компонент с другим, тем более вероятна зависимость появления одного компонента в связи с наличием другого. Так, пунктирные линии демонстрируют слабые связи (значения равные среднему). Обычными линиями обозначены средние связи (значения больше среднего). Жирными линиями обозначены сильные связи (значения больше значения суммы среднего и среднеквадратичного).

Ядерными компонентами данной модели являются поля *информативность* и *иерархичность*, имеющие валентность 8. Под валентностью поля мы понимаем количество связей, образованных им с другими полями модели.

Наименьшее количество связей имеет также поле *гипертекст как текст*, связанное с тремя компонентами. Такая малая валентность поля, объясняется, на наш взгляд, недостаточной разработанностью данного направления. Гипертекст как текст изучен недостаточно. В исследованиях по гипертексту преобладает подход к определению гипертекста как системы, недостаточно хорошо разработаны вопросы печатного гипертекста.

Примечательно, что поле *гипертекст как виртуальная система* не вошло в структуру данной графосемантической модели. Данный факт можно объяснить тем, что большинство исследователей гипертекста определяют его как способ, метод, механизм объединения чего-либо (чаще информационных блоков) в единую систему либо как саму информационную систему. Таким образом, вероятность экспликации гипертекста как виртуальной системы

значительно мала, и данный компонент не является важным при определении понятийного потенциала термина гипертекст, хотя и представляется перспективным направлением разработки теории гипертекста.

Наличие в данной графосемантической модели незначимых связей (например, *иерархичность ↔ гипертекст как текст*, *связность ↔ информативность*, *структурность ↔ гипертекст как способ*, *интерактивность ↔ структурность*) позволяет выявить перспективные направления исследования гипертекста. Данные связи являются не разработанными в общей концепции гипертекста и представляют определенный интерес для исследователей.

Итак, данная модель выполняет ряд функций: гносеологическую, прогностическую и аксиологическую функции, т.е. дает возможность получения нового знания о термине «гипертекст», прогнозирует перспективные направления в исследовании гипертекста и делает возможной оценку проводимых исследований в данной области и их актуальность в теории гипертекста.

Если выделить наиболее существенные черты, то подразумеваемые характеристики понятия «гипертекст» на сегодняшний день таковы:

а) мы имеем дело с текстами, организованными некоторым способом, который отличается от существующих, так называемых традиционных;

б) в большинстве случаев именуются в виду электронные тексты;

в) важную роль в этой организации играют «связи» между текстами, устанавливающиеся произвольно;

г) связанные тексты рассматриваются как единое целое, большее, чем текст, то есть гипертекст;

д) тем не менее, в разных случаях трактовка гипертекста может приобретать различные оттенки и рассматриваться как метод, средство, форма и т.д.

Таким образом, гипертекст можно рассматривать как: а) «надтекст» – некая единица информации, частями которой являются тексты, и/или б) текст, части которого имеют «сверхсвязи», т.е. соединены друг с другом не линейным отношением в одномерном пространстве (отношением следования как в обычном тексте естественного языка), а множеством различных отношений, представляемых в многомерном пространстве. В гипертексте отсутствуют заранее заданные ограничения на характер связей.

Можно сделать вывод о том, что в современной лингвистике гипертекст в целом рассматривается как средство нелинейного представления информации (Т.Г. Галушко, Ю. Хартунг, Л.О. Чернейко, Ю.А. Чинкина). Особый интерес для данного исследования представляют следующие компоненты понятийного пространства термина «гипертекст»: *связность*, *структурность* и *гипертекст как текст*, составляющие проблемное поле нашей работы.

В рамках данной главы дан краткий обзор существующих в современной науке подходов к изучению газетного текста как

лингвистического объекта (функционально-стилистический, социолингвистический, психолингвистический, нормативный, синергетический), исследованы основные функции газетного текста, отражены принципы построения композиции газеты и рассмотрены ее основные структурные элементы (заглавие, слоган, колонтитул, заголовки статей и пр.). Газетный текст рассмотрен как гипертекст, в котором могут быть выделены семантическое, риторическое, графическое пространства. Определены основные структурные элементы гипертекста газеты: заголовков и статья. Установлено, что параметрами организации газетного гипертекста являются размер его структурных элементов и их структурно-семантические особенности, а также уровневая организация заголовочного комплекса. Параметрами самоорганизации газетного гипертекста выступают ритмы членения графического пространства и пространственное расположение семантических полей газетных заголовков.

В главе 2 «Газетные заголовки как базовый компонент гипертекста газеты» особое внимание уделено одному из самых важных компонентов газетного номера – заголовочному комплексу статьи. Были рассмотрены разнообразные дефиниции данного понятия и подходы к классификации газетных заголовков, предложена классификация, основанная на размере заглавий. Под размером газетного заголовка понималось количество слов, составляющих данный заголовок.

В рамках данной главы проведено исследование структуры, семантики и уровневой организации заголовочного комплекса газетной статьи как параметров организации газетного гипертекста. Материалом исследования послужила выборка газетных заголовков за период с 1960 по 1995 гг. с интервалом в 5 лет.

Сопоставительный анализ структуры и размера заголовочных комплексов газетных статей «КП» за 1960 и 1990 гг. позволил сделать вывод о том, что заголовкам 1990 г. также как и заголовкам 1960 г. чаще присуща статическая структура – преобладают номинативные заголовки, динамика заглавий наблюдается с увеличением размера заголовка.

Рассмотрение функций заголовочных комплексов позволило утверждать, что одним из путей их реализации является размер заголовков. В результате исследования большого массива заголовков (1960-1995 гг.) заглавия были разделены на три основные группы на основании их размера, структуры и функций:

- 1) номинативная группа включает заголовки размером от 1 до 3 слов;
- 2) предикативную группу составляют четырехсложные заглавия;
- 3) полифункциональная группа, в которую вошли многосложные заголовки (от 5 слов).

Исследование уровневой организации заголовочного комплекса газетных статей позволило установить три уровня заглавий – надзаголовок, собственно заголовок и подзаголовок. После подсчета количества статей, в которых употребляются все компоненты заголовочного комплекса, получены

следующие результаты (курсивом выделены надзаголовки и подзаголовки, жирным шрифтом – заголовки):

1) статьи с заголовками и подзаголовками составляют 9,68% от общего числа статей в 1970 г. и 12,59% в 1960 г., например: **АКТРИСА со знаменем**, *Хелене Вайгель – 70 лет*.

2) статьи с заголовками и надзаголовками составляют 7,26% от общего числа статей в 1970 г. и 5% в 1960 г., например: *Люди комсомола*, **Главному часу навстречу**.

3) статьи, в которых используются все компоненты заголовочного комплекса, т.е. надзаголовков, заголовков и подзаголовков составляют всего 0,53% от общего числа статей в выборке по 1970 г. и 0,95% по 1960 г., например: *Голубая ферма*, **Сусканский круг**, *О рыбе и строительной волоките на мелководьях Куйбышевского моря*.

В результате установлено, что преобладают статьи с использованием только заголовков как в 1960 г. (81,46 % от общего числа выборки), так и в 1970 г. (82 %). Статьи с использованием всех элементов заголовочного комплекса встречаются довольно редко. Данное явление можно объяснить стремлением к краткости, а также тем, что использование в одном заголовочном комплексе всех компонентов приводит к информационной перенасыщенности заглавия. В ходе исследования была также выявлена прямая корреляционная зависимость размеров компонентов всех уровней заголовочного комплекса.

В данной главе также рассмотрена одна из актуальных проблем современной теории языка – проблема автономности заголовка в структуре газетного номера. Сопоставительный анализ размеров заголовков и статей газеты «КП» показал, что статья и заголовок состоят в отношениях оппозиции друг к другу, что отражено в статусе заголовка в структуре газетного гипертекста. Формально и тематически эти два компонента композиции газетного текста связаны друг с другом, однако на ритмическом уровне (на уровне размера) заголовок обнаруживает полную автономность от текста статьи. На основании проведенного исследования был сделан вывод, что на ритмическом уровне заголовков и статья газеты «КП» не зависят друг от друга, т.к. большим по размеру статьям могут соответствовать достаточно краткие заглавия и наоборот, т.е. в формальном аспекте заголовков автономен.

Рассмотрение стилистических особенностей заголовочных комплексов статей позволило выделить риторическое пространство заголовков, в которое были включены экспрессивные элементы и нулевое пространство, в которое вошли нейтральные заглавия. Установлено, что риторическое пространство газетных заголовков является одним из параметров семантической организации газетного гипертекста и имеет тесную взаимосвязь с размером заглавий.

Итак, проведенное разноаспектное исследование заголовков газетных статей позволило определить их как базовые компоненты структурной организации газетного гипертекста. Исследование размера заголовков и

статей газет подтвердило утверждение о том, что размер является одним из важнейших параметров организации гипертекста газеты. Таким образом, заголовок является важнейшим компонентом структуры газетного номера и выполняет функцию гиперссылки. Выборка газетных заголовков может быть рассмотрена как гипертекст, а их семантика составит семантическое пространство газетного гипертекста.

Глава 3 «Самоорганизация газетного гипертекста» посвящена разработке и описанию метода гипертекстуального анализа газетного текста, а также моделированию его пространств – графического и семантического и выявлению их взаимосвязи как параметра самоорганизации газетного гипертекста.

Материалом исследования послужили периодические издания газеты «Комсомольская правда» за 1960 г. (всего 12 номеров, по одному номеру за каждый месяц года). Предлагаемый метод гипертекстуального анализа газетного текста состоит из следующих этапов.

1. *Измерение физического пространства текста газеты и определение координат текстовых компонентов.* Измерены 12 номеров газеты «КП», вычислены координаты всех статей с заголовками. Поскольку за единицу измерения был принят 1 мм, то погрешность составила 2 мм. В компьютерном варианте эта погрешность равна 2 клеткам (лист программы Excel разлинован на клеточки по горизонтали и вертикали. Одна клеточка принималась за 1 мм, что позволило перевести физическое пространство газеты «КП» в графическую плоскость).

2. *Представление физического пространства газетного текста в графической плоскости.* По статистическим данным нарисована идеальная графическая модель каждого из газетных номеров в компьютерной программе Excel. Границы каждой статьи отмечены единицами. По каждому из газетных номеров было получено 4 листа графического пространства соответствующих 4 страницам газеты.

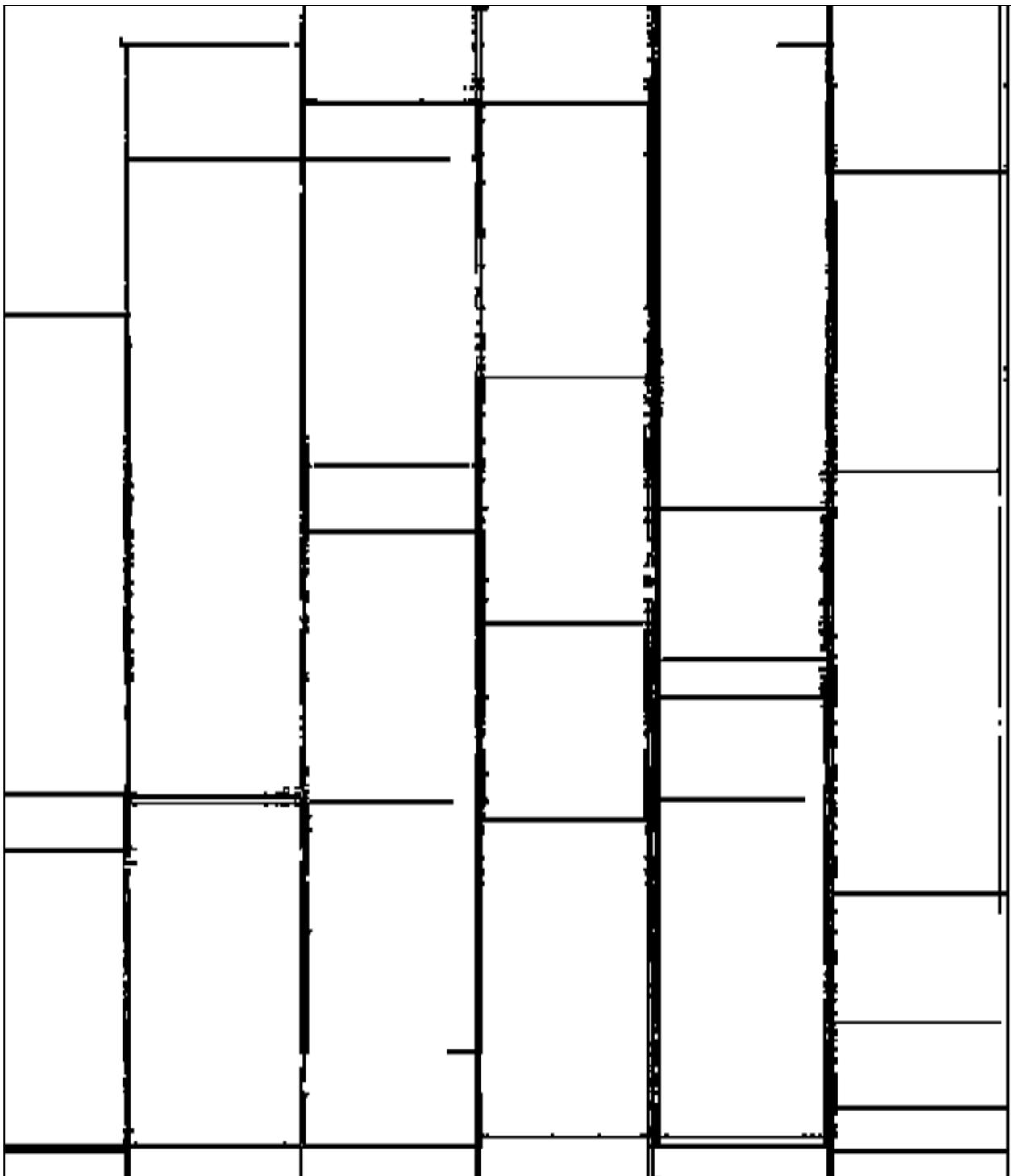
3. *Определение границ членения графического пространства гипертекста газеты.* Затем проводилось суммирование всех листов, таким образом, было получено графическое пространство гипертекста газеты «КП» за 1960 г.

4. *Представление модели композиционно-графических блоков посредством статистических и компьютерных программ.* С помощью статистических методов были определены значимые и незначимые величины в данном графическом пространстве, все величины, превысившие порог статистической значимости (от 0 до 2), были удалены.

В результате было выделено «нулевое» пространство, в которое вошли иллюстративный материал и служебные заголовки, и гипертекстовое ядро. «Нулевое» пространство газетного гипертекста будут составлять его периферийные элементы, а за объем графического пространства гипертекста газеты был принят объем гипертекстового ядра. Таким образом, была

получена модель композиционно-графических блоков газеты «Комсомольская правда» за 1960 г. (см. рис. 2).

Рис. 2. Модель композиционно-графических блоков гипертекста газеты «Комсомольская правда» за 1960 г.



В композиционно-графическом пространстве газетного гипертекста выделяются блоки с минимальным объемом, средние по объему и максимальные блоки. Преобладают максимальные (58,82%) и средние (29,41%) по объему блоки, минимальные графические блоки встречаются довольно редко (11,77%). По месту расположения на композиционно-

графической модели гипертекстовые блоки находятся: а) максимальные текстовые блоки занимают центральное положение на полученной модели; б) текстовые блоки среднего объема могут занимать как центральное место, так и нижнее положение в пространстве гипертекста газеты; в) минимальные текстовые блоки занимают, как правило, крайнее положение справа от центра. Связь между всеми текстовыми блоками осуществляется с помощью заголовков статей, названий рубрик и разделов, которые вошли в «нулевое пространство» гипертекста газеты.

Таким образом, в самоорганизации газетного гипертекста, а именно его графического пространства принимают участие гипертекстовое ядро, в которое вошли газетные статьи (текст) и заголовки, и периферийные компоненты, в число которых мы включили иллюстрации, рисунки, названия рубрик и разделов.

Итак, газетный текст по праву можно назвать гипертекстом, что подтверждают и его основные характеристики, и структурные элементы, и композиционно-графическая текстовая модель. Как и всякий связный текст, газетный гипертекст членится на блоки разной величины, которые связаны друг с другом и в то же время отграничены друг от друга заключенным в них содержанием. В результате синтактико-смыслового членения гипертекста газеты можно выделить в нем такие элементы, как предложения, абзацы, тексты. На основании композиционно-смыслового (или же композиционно-стилистического) членения газетного гипертекста выделяются заголовки, статьи, рубрики, разделы.

Полученная модель композиционно-графических блоков тесно связана с семантическим пространством заголовков статей газетного гипертекста. В семантическом пространстве гипертекста газеты можно выделить симультанную модель, не учитывающую расположение заглавий, и сукцессивную модель, основанную на связи семантики и пространственного расположения заголовков.

Симультанная модель семантического пространства гипертекста газетных заголовков, полученная с помощью метода графосемантического моделирования, представлена на рис.3.

Ядром данной модели является поле *экспрессивность*, имеющее валентность 9. Данное поле имеет значимую связь с полем *политика*.

Следующими важными компонентами являются поля *промышленность* (валентность 7), *государство* (6), *политика* (6), *наука и образование* (6), *экономика* (5).

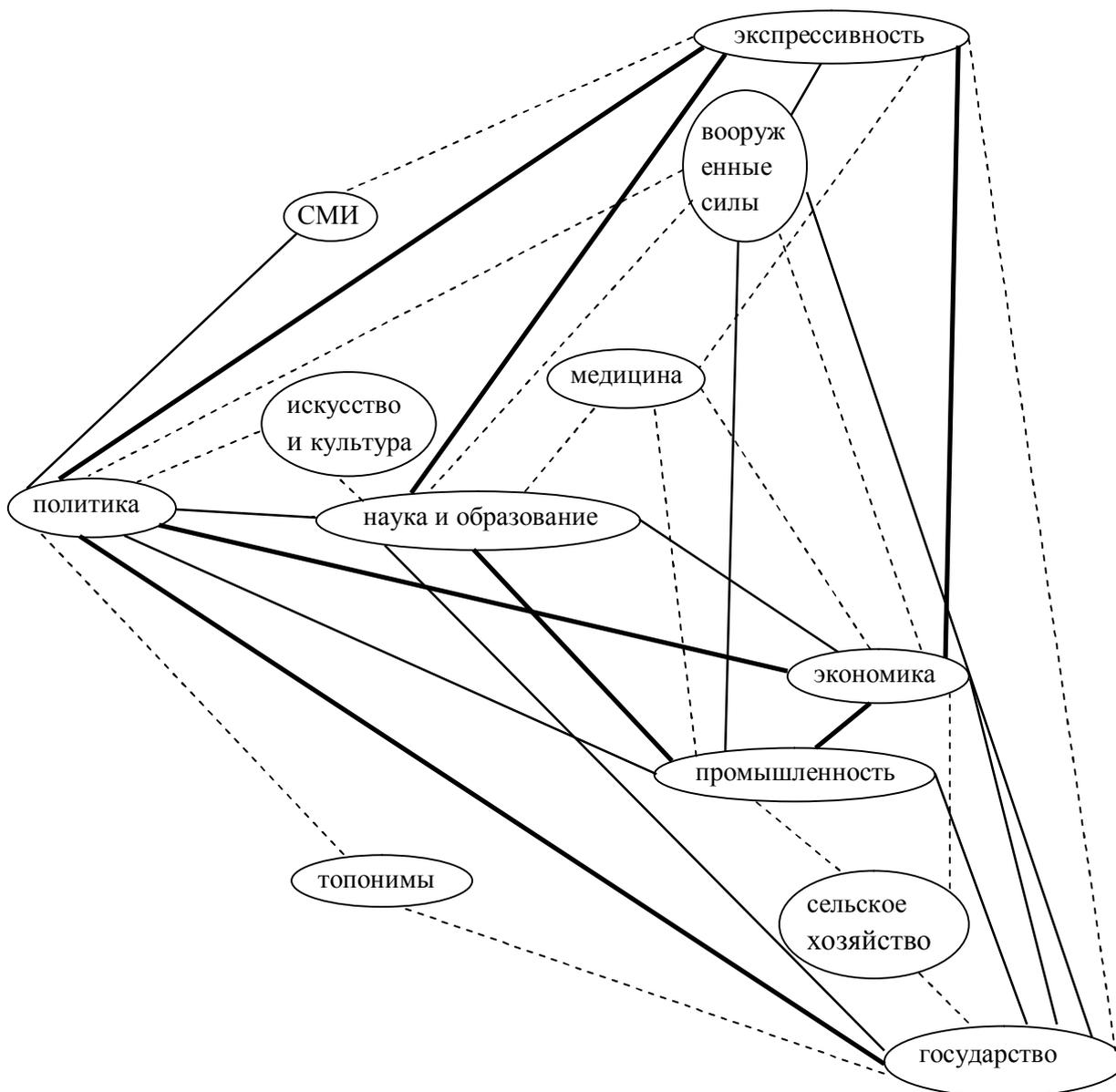
В семантическом пространстве гипертекста газеты «КП» можно выделить поля, имеющие малую валентность и не имеющие значимые связи. Например, поля *вооруженные силы* (4), *медицина* (3), *СМИ* (2).

В семантическом пространстве гипертекста газетных заголовков выделились также два поля, имеющие только одну слабую связь, это поле *топонимы* ↔ *государство* и поле *искусство и культура* ↔ *экспрессивность*. Данные компоненты являются тупиковыми в данной графосемантической

можно выявить значимость полей и представить семантическое пространство гипертекста газеты «Комсомольская правда» за 1960 г. как сукцессивное образование.

С помощью статистических методов было подсчитано количество и значимость связей между полями, учитывая их контактное расположение на газетной полосе по вертикали и по горизонтали. Например, заголовки *Купит вода под веслами* и *Золотые клинки молодых* расположены близко друг к другу на газетной полосе по горизонтали, а семантически их можно связать полями *спорт* и *экспрессивность*.

Рис.4. Графосемантическая модель пространства заголовков газетных статей за 1960 г.



Значимыми компонентами модели являются следующие поля: *политика* (8), *экономика* (8), *государство* (8), *наука и образование* (8).

В семантическом пространстве гипертекста газетных заголовков можно выделить также компоненты, не имеющие значимых связей, например: *вооруженные силы* (6), *медицина* (4), *сельское хозяйство* (3).

Поля *СМИ, искусство и культура, топонимы* имеют самые малочисленные связи, их валентность равна 2. Все связи данных полей являются незначимыми.

Таким образом, можно отметить, что все заголовки газетного гипертекста группируются вокруг ключевых доминантных концептов, таких, как «политика», «экономика», «промышленность», «культура», «образование» и т.п., которые могут рассматриваться как мировоззренческие универсалии.

Для сопоставления сукцессивной и симультанной моделей семантического пространства газетного гипертекста была составлена еще одна семантическая карта по сукцессивному пространству. Ее отличие от карты симультанного пространства состоит в том, что в ней учитывались связи одинаковых полей. Например, в семантической карте симультанной модели газетного гипертекста не учитывались следующие связи (они просто отсутствовали): *политика ↔ политика, государство ↔ государство, медицина ↔ медицина, армия ↔ армия, промышленность ↔ промышленность* и т.д. В сукцессивной модели пространства гипертекста газеты «КП» данные связи существуют.

Учитывались связи по контактному расположению заголовков по вертикали и по горизонтали. Например, заголовки *Партия призывает* и *7,5 миллионов тонн даст стране комсомол* находятся рядом друг с другом по горизонтали на газетной полосе, таким образом, они связаны друг с другом. В данных заголовках можно выделить следующие поля: *политика, государство, промышленность*. Связь полей соответственно будет следующей: *политика ↔ политика, политика ↔ государство, политика ↔ промышленность*.

Посредством вычисления коэффициента корреляции Пирсона с помощью специализированной программы Statistika 6.0. были получены следующие результаты. Коэффициент корреляции симультанной и сукцессивной моделей семантического пространства газетного гипертекста равен 0,74 (74 %). Это означает, что данные модели практически идентичны, а значит, предположение о том, что симультанная модель семантического пространства гипертекста газеты отражает его сукцессивное пространство, верно, так как модель, которая построена вне зависимости от расположения заголовков (симультанная), и модель, построенная с учетом пространственного расположения заголовков, имеют высокую степень корреляции. Следовательно, с одной стороны, общая модель информационного пространства газеты отражает расположение текстовых единиц (заголовков), а с другой, является проекцией композиционно-графического членения газетного гипертекста.

Таким образом, полученные графосемантические модели пространства гипертекста газеты «Комсомольская правда» являются проекциями его физического пространства, проекциями его композиции. Такой большой коэффициент корреляции данных семантических моделей подтверждает

выдвинутое нами положение о том, что заголовки газетных статей выполняют в пространстве гипертекста газеты функцию гиперссылок, определяющие стратегии чтения газетного номера.

Для выявления связи размера и семантики компонентов газетного гипертекста использована специализированная компьютерная программа «Семограф». При выделении компонентов заголовочных комплексов выделялся также их размер как один из компонентов. Например, в заголовке *Гонг спасает от нокаута* были выделены следующие компоненты: *состояние боксера, сильный удар, сигнал, уберегать, спортивный термин, 4 слова* (т.е. размер заголовка). Данные компоненты можно разделить на *тематические, языковые и формальные*.

1. *Тематические* компоненты: политика, спорт, вооруженные силы, медицина, экономика, государство, искусство и культура, юриспруденция, сельское хозяйство, живая и неживая природа, наука и образование, СМИ, промышленность, семья, темпоральная и локальная характеристики.

2. *Языковые* компоненты: топонимы, антропонимы, экспрессивность.

3. *Формальные* компоненты: одно слово, два слова, три слова, четыре слова, пять слов, шесть-десять слов, более десяти слов. Связи данных компонентов с языковыми и с тематическими компонентами являются более значимыми.

В ходе исследования связей всех компонентов друг с другом определено, что тематические компоненты тесно связаны с языковыми компонентами и, особенно, с размером газетных заголовков. Использование того или иного тематического компонента в заглавии статьи обуславливает и его размер, т.е. размер заголовка газетной статьи обусловлен его семантической организацией. Можно сделать вывод, что каждому тематическому компоненту в большей степени соответствует определенный размер заголовка, а именно:

- 1) политическим заглавиям чаще соответствует размер в три слова;
- 2) спортивные заголовки являются часто также трехсложными;
- 3) диапазон размера экспрессивных заголовков колеблется в пределах от двух до четырех слов;
- 4) заголовкам с компонентом *вооруженные силы* соответствует размер в три слова;
- 5) заглавия с компонентом *медицина* представляют собой в основном также трехсложные заголовки и т.д.

Таким образом, диапазон употребительности размеров газетных заголовков находится в пределах от двух до десяти слов. Самым предпочтительным является размер, равный трем словам. Можно сделать вывод, что размер заголовка зависит от его семантики.

В **заключении** подводятся обобщенные итоги исследования, делаются выводы, отражающие результаты проведенного анализа и намечаются перспективы дальнейшего изучения проблем.

Основные положения диссертационного исследования отражены в следующих публикациях:

**Статьи в рецензируемых научных изданиях, включенных в реестр ВАК
Министерства образования и науки РФ**

1. Никифорова, Ж.А. Проблема автономности заголовка в структуре гипертекста газетного номера [Текст] / Ж.А. Никифорова // Вестник Челябинского государственного университета. – Сер. Филология. Искусствоведение. – Вып. 42 (11). – Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2010. – С. 87-92.

2. Никифорова, Ж.А. Самоорганизация печатного гипертекста (на материале газеты «Комсомольская правда») [Текст] / Ж.А. Никифорова // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. - №4. – Челябинск: Челяб. гос. пед. ун-т, 2010. – С. 272-280.

3. Никифорова, Ж.А. Семантическое пространство гипертекста газетного номера [Текст] / Ж. А. Никифорова // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. - №2. – Челябинск: Челяб. гос. пед. ун-т, 2011. - С. 264 - 270.

4. Никифорова, Ж.А. Понятийный потенциал термина «гипертекст» [Текст] / Ж.А. Никифорова // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. - № 1. – Пятигорск: Пятигорск. гос. лингв. ун-т, 2011. – С. 212 – 215.

Статьи и материалы конференций

5. Никифорова, Ж.А. Заголовочный комплекс и формат газетного текста как отражение картины мира [Текст] / Ж.А. Никифорова // Картина мира: язык, литература, культура: сб. науч. статей. – Вып. 3. – Бийск: БПГУ им. В.М. Шукшина, 2008. – С. 92-96.

6. Никифорова, Ж.А. Структурно-семантические особенности заголовочного комплекса газетной статьи [Текст] / Ж.А. Никифорова // Филологические чтения / Материалы Международной научно-практической конференции (Оренбург, 7 октября 2009 г.). – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2009. – С. 76-80.

7. Никифорова, Ж.А. Роль экспрессивных языковых средств в оформлении заглавия газетной статьи [Текст] / Ж.А. Никифорова // Стилистика и межкультурная коммуникация: сб. науч. ст. / М-во культуры РФ: ФГОУ ВПО «СГАКИ». – Самара: Самар. гос. акад. культуры и искусств, 2010. – С. 126-129.

8. Никифорова, Ж.А. Уровневая организация структуры заголовочного комплекса газетных статей [Текст] / Ж.А.т Никифорова // Актуальные проблемы современного научного знания: материалы III междунар. науч. конф. Ч. I. – Пятигорск: ПГЛУиздат, 2010. – С. 262-265.

9. Никифорова, Ж.А. Риторическое пространство заголовков газетных статей [Текст] / Ж.А. Никифорова // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: сб. ст.

участников V Междунар. науч. конф. (Челябинск, 26-27 апреля 2010 г.). Т.1. – Челябинск: Энциклопедия, 2010. – С. 292-294.

10. Никифорова, Ж.А. К проблеме гипертекстуальности газетного текста [Текст] / Ж.А. Никифорова // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Самара: ПГСГА, 2010. – С. 87-89.

11. Никифорова, Ж.А. Виды и размер заголовочных комплексов газетных статей [Текст] / Ж.А. Никифорова // Развитие мирового социокультурного пространства: сб. ст. по материалам межвузовской научной конференции преподавателей. – Оренбург: Оренб. ин-т экономики и культуры, 2010. – С. 323-329.

12. Никифорова, Ж.А. Композиция газетного номера в дискурсе СМИ [Текст] / Ж.А. Никифорова // Речеведение: современное состояние и перспективы: материалы Междунар. науч. конф. (Пермь, 16-20 ноября 2010). – Пермь: Перм. гос. ун-т, 2010. – С. 406-409.

13. Никифорова, Ж.А. Интертекстуальность как одна из характеристик газетного гипертекста [Текст] / Ж.А. Никифорова // Социокультурное образование в условиях модернизации современного общества: сб. ст. по материалам региональной научной конференции преподавателей. – Оренбург: Оренб. ин-т экономики и культуры, 2011. – С. 240-247.