

*На правах рукописи*



**Потапова Наталья Вадимовна**

**ХАРАКТЕРИСТИКИ ГИПОТЕКСТА ЭЛЕКТРОННОГО НОВОСТНОГО ДИСКУРСА,  
ОБУСЛОВЛЕННЫЕ ВОЗРАСТОМ АДРЕСАТА  
И НЕ ЗАВИСЯЩИЕ ОТ НЕГО**

Специальность 10.02.19 – теория языка

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

Кемерово – 2019

Работа выполнена на кафедре романо-германской филологии в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кемеровский государственный университет».

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, профессор

**Каменева Вероника Александровна**

**Официальные оппоненты:**

доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» **Манаенко Геннадий Николаевич;**

кандидат филологических наук, научный сотрудник научно-учебной лаборатории лингвистической конфликтологии и современных коммуникативных практик федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский университет “Высшая школа экономики”» **Шульгинов Валерий Александрович.**

**Ведущая организация:** федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ивановский государственный университет».

Защита состоится «18» декабря 2019 г. в 15.00 на заседании диссертационного совета Д212.088.01 на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кемеровский государственный университет» по адресу: 650000, Кемерово, ул. Красная, 6.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Кемеровского государственного университета и на сайте <http://www.kemsu.ru>.

Автореферат разослан «    » октября 2019 г.

Материалы по защите диссертации размещены на официальном сайте КемГУ: <https://kemsu.ru/science/dissertation-councils/diss-212-088-01/protects/4065/>

Ученый секретарь  
диссертационного совета



А. В. Проскурина

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Диссертационное исследование посвящено проблемам изучения электронного новостного дискурса, реализующегося в новостном гипертексте, размещенном в Интернете. Бурное развитие средств массовой информации и увеличение их роли в жизни современного общества, а также информационная глобализация и перевод информации в цифровой формат обеспечивают всевозрастающий интерес к проблемам изучения медиалингвистики и лингвистики Интернета. Изучение этого направления становится одной из приоритетных задач лингвистики XXI в.

**Актуальность** исследования состоит в том, что на сегодняшний день возникла необходимость научного осмысления и описания с позиций теории языка той новой лингвистической реальности, которая стремительно развивается в связи с расширением сферы действия компьютерной и Интернет-коммуникации. Сегодня массовые коммуникации практически полностью реализуются в электронном материальном субстрате, доступность и привлекательность которого создают предпосылки для включения в подобную коммуникацию не только аудитории социально активных взрослых граждан, но и детей. В данном аспекте изучение жанровой и текстовой специфики подачи новостей для детской аудитории в электронных СМИ представляет собой интерес. Данная работа дополняет актуальные направления современных лингвистических исследований, а именно дискурсивные исследования и лингвистическую теорию гипертекста. Работа выполнена в рамках антропоцентрического подхода. Исследование затрагивает насущную необходимость учета социально значимых антропоцентрических параметров адреса, влияющих на специфику новостного дискурса.

### **Степень разработанности темы исследования**

Исследователями предпринимались попытки изучить специфику дискурса во взаимосвязи с возрастом его адресата. В основном это касалось рекламного дискурса: исследовался концепт «возраст 50+» в современном рекламном дискурсе (Boos, 2008); изучались функциональные, структурные и сущностные особенности гипертекстов Интернет-рекламы для детей (Тупикова, 2013); рассматривались визуальные и изобразительные компоненты рекламы для детской целевой группы; исследовалась метафора как средство воздействия и манипуляции в дискурсе рекламы, направленной на детскую аудиторию; поднимался вопрос об идеологической деконструкции немецкоязычной рекламы для детей с позиций гендерного стереотипизирования (Тупикова, Каменева, 2012; 2013).

В последние два десятилетия достаточно активно разрабатываются различные аспекты взаимодействия детства и медиа (Абраменкова, 2008; Мартынкевич, Рогозина, 2008; Елисеева, 2016; Hart, 1998; Thomas, 2009, Кузьмина, 2011; Чельшева, 2011; Kirsch, 2010; Андреева, 2018 и др.). Обзор литературы показал, что до сих пор в науке рассматривалось то, как тексты СМИ воздействуют на адресата, изменяя его языковое сознание и социальное поведение. За рамками научного интереса оставались вопросы о том, как, в свою очередь, адресат с его антропоцентрическими параметрами предопределяет сущностные, структурные и функциональные особенности текста СМИ. Другими словами, вне фокуса научного исследования оставались вопросы о том, имеется ли варьирование характеристик медиатекстов, обусловленное антропоцентрическими параметрами адресата.

На сегодня нет работ, посвященных изучению электронного новостного дискурса в связи с возрастом адресата. В отношении новостного дискурса исследователями рассматривался такой антропоцентрический параметр адресата, как гендер. Известны кандидатские диссертации о гендерной маркированности англоязычного новостного текста (Александрова, 2007), о гендерных особенностях вербализации концепта «мужчина» в Интернет-дискурсе (Гайфуллина, 2010) и др. Лингвистами проводилось исследование особенностей репрезентации гендера, расы и национальности участников новостных событий в новостях ведущих американских газет. Было доказано, что в текстах новостей национальная принадлежность используется в качестве основных параметров манипуляции (Каменева, 2006; 2009). В данной ситуации обращение к электронному новостному дискурсу, рассматриваемому сквозь призму возрастной отнесенности его адресата, представляется своевременным.

**Объектом** исследования являются новостные гипотексты, адресованные взрослой и детской целевым аудиториям.

Деление на взрослую и детскую аудитории в данной работе условно. Статус «ребенка», равно как и «взрослого», варьируется в разных культурах и юридических системах. Согласно Конвенции о правах ребенка, ребенок – человеческое существо до достижения восемнадцатилетнего возраста. При этом детский возраст подразделяется на младший школьный возраст (от 7 до 11 лет) и подростковый возраст (от 12 до 18 лет). Таким образом, в данной научной работе под взрослой аудиторией понимаются адресаты старше 18 лет, под детской (младшие школьники и подростки) – адресаты от 7 до 18 лет.

**Предметом** исследования являются структурные, содержательные, функционально-лингвистические и жанровые характеристики гипотекстов, предназначенных для взрослой и детской целевых аудиторий и составляющих новостной гипертекст электронного новостного дискурса.

**Материалом** исследования послужили две группы гипотекстов, ориентированные: 1) на взрослую и 2) детскую аудитории. Выборка производилась с двух американских информационных сайтов CNN и The Washington Post, а точнее с двух их разделов – разделов, адресованных взрослой аудитории (<https://edition.cnn.com/>; <https://www.washingtonpost.com/>), и разделов, адресованных детской аудитории (<https://edition.cnn.com/cnn10>; [www.washingtonpost.com/lifestyle/kidspost/](http://www.washingtonpost.com/lifestyle/kidspost/)). Количество проанализированных гипотекстов в обеих группах составило 500 единиц.

Основная **гипотеза** исследования заключается в предположении, что возраст адресата обуславливает вариабильность не всех характеристик новостного дискурса, реализующегося в гипотекстах для детей и взрослых.

**Цель** работы – определение своеобразия гипотекстов электронного новостного дискурса, адресованных разновозрастным целевым группам.

В ходе работы над темой были поставлены следующие **задачи**:

- 1) конкретизировать понятийно-терминологический аппарат исследований электронного новостного дискурса в лингвистике;
- 2) выявить и описать сущностные характеристики гипертекста электронного новостного дискурса;
- 3) описать структурно-композиционные характеристики гипотекстов электронного новостного дискурса в зависимости от возраста адресата;
- 4) описать содержательные характеристики гипотекстов электронного новостного дискурса в зависимости от возраста адресата;
- 5) описать функционально-лингвистические характеристики гипотекстов электронного новостного дискурса в зависимости от возраста адресата;
- б) описать жанровые характеристики гипотекстов электронного новостного дискурса в зависимости от возраста адресата.

**Научная новизна** диссертации заключается в том, что электронный новостной дискурс исследуется через призму возраста адресата, что до настоящего времени не изучалось. Хотя влияние таких факторов, как возраст и гендер на специфику создания и рецепции текстов, в том числе и в средствах массовой коммуникации, достаточно хорошо изучено в рамках психолингвистики текста (Леонтьев, 2008; Золотова, Надейкина, 2015), исследований, подтверждающих валидность выявленных тенденций, характерных для бумажных текстов, для новой – электронной – среды пока нет.

Применительно к российским СМИ момент новизны усиливает факт нераспространенности в них такого важного типа сайтов, как сайтов, адресованных детской аудитории.

Работа носит междисциплинарный характер. Объект и предмет диссертации изучены с позиций дискурсивных исследований и жанроведения.

**Теоретическая значимость** заключается в том, что настоящее исследование продолжает разработку проблематики электронного новостного дискурса. Важным представляется осмысление электронного новостного дискурса как особого типа дискурса, сочетающего общедискурсивные и специфические черты; определение особого статуса читателя в электронном новостном дискурсе; предложенный комплексный междисциплинарный подход к описанию структурных, содержательных, функционально-лингвистических и жанровых характеристик электронного новостного дискурса.

**Практическая значимость** исследования определяется возможностью использования его результатов при чтении лекционных курсов по теории языка, теории дискурсивных исследований, основам компьютерной лингвистики; при подготовке спецкурсов и спецсеминаров по теории коммуникации, медиалингвистике, культуре речи, а также при текстовой разработке новостных сайтов. Собранный практический материал может послужить отправной точкой для научно-исследовательской деятельности студентов и аспирантов, направленной на изучение специфики электронной коммуникации и функционирования различных видов дискурсов в условиях электронного коммуникативного пространства.

**Теоретическую базу** исследования составили работы в области изучения Интернет-СМИ (М. М. Лукина, И. Д. Фомичева, Я. Н. Засурский, А. А. Калмыков, Е. И. Горошко и др.); Интернет-лингвистики и теории электронного гипертекста (Дж. Ландоу, О. В. Дедова, М. Кастельс, Д. Кристалл, Т. И. Рязанцева, А. А. Калмыков, О. В. Лутовинова, В. Л. Эпштейн и др.); лингвистики СМИ в целом (Т. Г. Добросклонская, М. Н. Володина, Г. Я. Солганик, А. А. Негрышев и др.); теории дискурса (А. Г. Акопян, Е. Н. Галичкина, Т. Г. Добросклонская, Е. А. Кожемякин, Е. И. Горошко, Ю. С. Елагина, Т. А. ван Дейк и др.); теории речевых жанров (М. М. Бахтин, Т. В. Шмелева, А. А. Тертычный, А. А. Кобяков, Н. Б. Лебедева, Т. Г. Рабенко и др.); теории жанров Интернет-коммуникации (М. В. Бусыгина, Е. А. Северина, Л. Ю. Щипицина, С. Г. Агапова, А. В. Полоян, М. Shepherd, С. Watters, К. Crowston, М. Williams, J. Yates, W. J. Orlikowski, К. Okamura, S. C. Herring и др.).

**Методы исследования** обусловлены целями и задачами работы. В работе имело место комплексное применение общенаучных и лингвистических методов исследования. Прежде всего, использовался прием **направленной выборки**, заключающийся в поиске, отборе и фиксации новостных гипотекстов.

Следующим шагом исследования было первичное определение характеристик гипотекстов, составляющих новостной гипертекст при помощи **описательного метода**. Частью описательного метода является систематизация (распределение по категориям) и типологизация (распределение объектов по типам, видам (типы гиперссылок, вербальных и невербальных элементов)), при этом использовалась логическая операция синтеза.

В работе также использовались описательно-сопоставительные методы качественного и количественного анализа данных. Сопоставительный метод применялся для выявления сходства и различий анализируемых элементов. Количественный метод применялся для выявления количественных характеристик анализируемых элементов и структур. По ходу всего исследования и на этапе интерпретации результатов был применен **метод семантической интерпретации** (И. А. Стернин), который заключается в сопоставлении терминов и результатов первичного анализа материала. **Системно-структурный метод** исследования использовался для изучения структуры гипертекста и гипотекстов. Подвидом данного метода является структурно-функциональный анализ системы, который применялся в определении функций, осуществляемых гипотекстом и его отдельными элементами (вербальными, невербальными, мультимедийными).

Для описания структурных, содержательных, лингвистических и жанровых особенностей гипотекстов, адресованных аудиториям разных возрастов, использовался **метод контент-анализа** и его разновидности: символичный, тематический, структурный, а также анализ модальности текстов для выявления отношения автора к сообщаемому и способов оказания влияния на адресата.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Новостные гипотексты для разновозрастных адресатов характеризуются минимальной вариативностью в тематике освещаемых событий. Табуированность и необходимость контроля информации об убийствах, насилии и наркотиках исключают данные темы из транслируемых новостей, предназначенных для детской возрастной группы.

2. Разновозрастные адресаты обуславливают определенные отличия в темпоральной отнесенности описываемых новостных событий. В детских новостных гипотекстах не только актуальные события настоящего и будущего, но и события прошлого преподносятся как новость. Это позволяет реализовывать обучающую функцию новостных гипотекстов, адресованных детям.

3. Функциональные характеристики гипотекстов двух возрастных групп схожи. Общими для гипотекстов обеих групп являются функции информирования и воздействия на сознание адресата, развлекательная и коммуникативная функции. Новость в виде

расширенной заметки актуализирует обучающую функцию для детской возрастной группы и функцию удержания аудитории, в случае со взрослым адресатом.

4. Жанровые характеристики новостных гипотекстов, адресованных разновозрастным адресатам, обнаруживают незначительные различия. Для обеих возрастных групп характерны как «традиционные» журналистские новостные жанры, так и «новые» сетевые жанры с минимальными вариациями, обусловленными возрастом целевой аудитории.

5. Структурно-композиционные характеристики новостных гипотекстов, адресованных разновозрастным адресатам, обнаруживают различия на уровне категориальных компонентов структуры (Краткое Содержание, Главное Событие, Фон, Комментарий). Структурные характеристики новостных гипотекстов имеют существенные отличия. Новостные гипотексты для взрослой аудитории и школьников младшего возраста являются простыми, гипотексты для школьников старших классов – сложносоставными из-за особенностей восприятия информации подростковой группой.

6. Лингвистические характеристики гипотекстов двух возрастных групп не идентичны. В новостных гипотекстах для детей наблюдается сокращение дистанции между адресантом и адресатом. В гипотекстах для детей чаще используются сокращенные формы слов, разнообразные стилистические приемы (метафоры, сравнения, олицетворение, эпитеты, игра слов и др.), эмоционально-окрашенная лексика, восклицания, междометия, повествование от первого лица, а также обращение к адресату. Общими для гипотекстов обеих групп являются нейтральность, клишированность, достоверность, фактологичность.

**Достоверность результатов исследования** обеспечивается опорой на фундаментальные положения теории дискурса, гипертекста, речевых жанров; привлечением для анализа объемного языкового материала; использованием широкого комплекса методов и приемов, отвечающих поставленным задачам; внутренней непротиворечивостью результатов исследования и сделанных выводов.

**Апробация результатов исследования** на научно-практических конференциях:

1. Региональная научно-практическая конференция «Проблемы и перспективы языкового образования в XXI веке». Новокузнецк, 14 мая 2004 г.

2. VI Международная научная конференция «Концепт и культура: диалоговое пространство культуры: языковая личность. Текст. Дискурс». Кемерово – Ялта, 25–27 сентября 2016 г.

3. II Международная научная конференция «Визуальная коммуникация в динамике». Казань, 24–25 ноября 2016 г.



4. 8<sup>th</sup> International Conference “Social Science and Humanity” held by SCIEURO. London, 23-29 March 2018.

5. XXXIII Международная научно-практическая конференция «Вопросы современных научных исследований». Омск, 8 октября 2018 г.

Теоретические положения работы обсуждались на аспирантских семинарах, на заседаниях кафедры романо-германской филологии КемГУ и на заседании диссертационного совета Д212.088.01 на базе КемГУ.

Основное содержание диссертации отражено в 8 публикациях. Из них 3 статьи опубликованы в периодических изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России. Общий объем публикаций – более 3, 3 п. л.

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, включающего 203 наименования, 46 из которых на иностранных языках, списка источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования; определяются его объект и предмет; выдвигается гипотеза; ставится цель и формулируются задачи; дается характеристика исследуемого материала; определяются методы исследования; раскрываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования; выдвигаются положения, выносимые на защиту.

В **главе 1** «ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО НОВОСТНОГО ДИСКУРСА В ЛИНГВИСТИКЕ» представлены теоретические основы диссертации, определяются основные понятия Интернет-лингвистики, новостного дискурса, жанров новостного дискурса, теории гипертекста, мультимедийности и креолизации, а также концепции «автор – читатель» в электронном новостном дискурсе. На основе анализа научной литературы, а также собственных наблюдений конкретизируются понятия дискурса, электронного новостного дискурса, гипертекста, электронного гипер- и гипотекста.

**Электронный новостной дискурс** рассматривается в работе в узком смысле, представляя собой электронные новостные гипотексты в совокупности с экстралингвистическими факторами (включающими участников общения, а именно такую их характеристику, как возраст), созданные профессиональными журналистами и входящие в электронный новостной гипертекст, размещенный на информационном сайте Интернета. Схематично исследуемый в диссертации материал можно представить следующим образом (рис. 1):

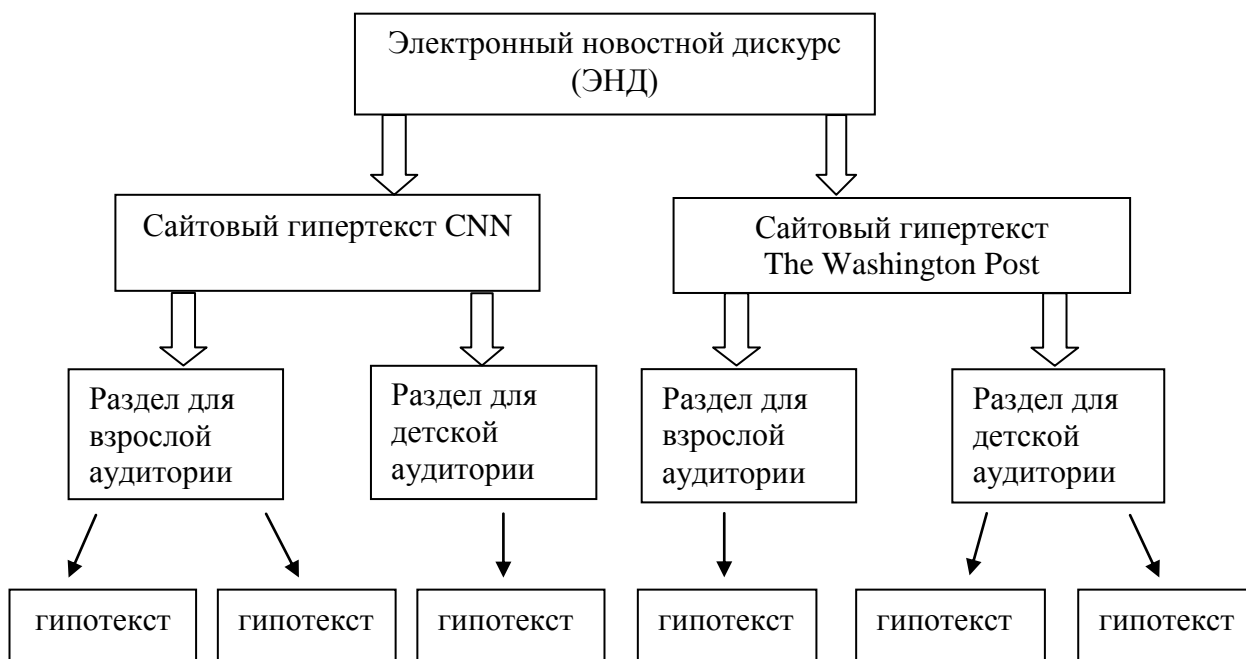


Рис. 1. Структура электронного новостного дискурса, реализующегося в сайтовом гипертексте

В свою очередь гипотексты, составляющие разделы для взрослой и детской аудиторий двух рассматриваемых сайтовых гипертекстов, схематично выглядят следующим образом. Гипотексты для взрослых CNN и The Washington Post представляют собой простые, не составные гипотексты, описывающие одно событие. Простым является и гипотекст для детей на KidsPost. Гипотекст для детей на CNN 10 можно назвать сложносоставным гипотекстом, так как он состоит из 3–5 коротких информационных сообщений, которые являются законченными текстами в смысловом и структурном планах. К тому же обязательным элементом всех гипотекстов на CNN 10 является викторина (рис. 2):

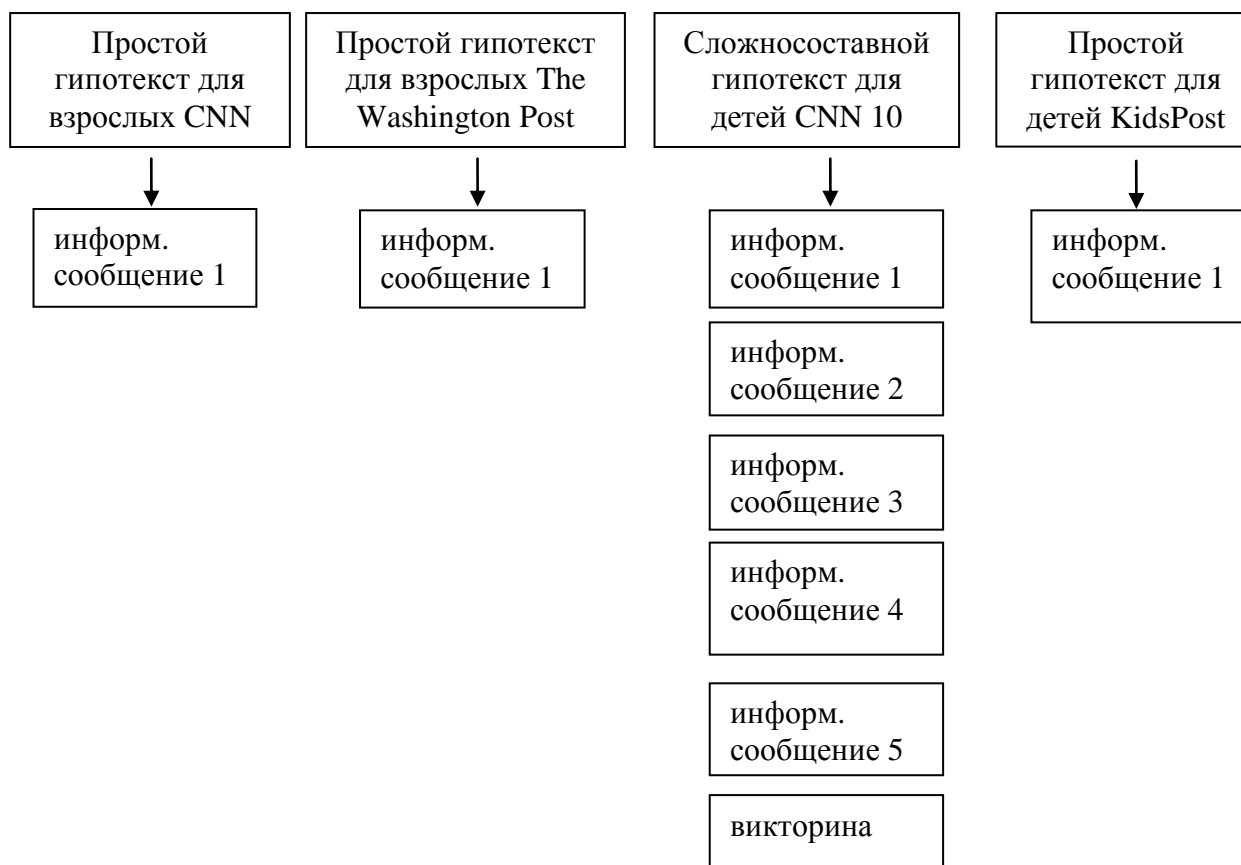


Рис. 2. Структура гипотекстов, составляющих сайты гипертексты CNN и The Washington Post

Помимо признаков, присущих текстам новостного дискурса, таких как массовая адресность, актуальность, функциональность, краткость, достоверность, характерными для электронных изданий называют нефиксированную периодичность, потенциально неограниченный тираж, общедоступный и территориально безграничный характер распространения, расширенные возможности для потребителя в плане информационного взаимодействия с производителем и т. д. Однако к **оригинальным существенным особенностям** электронного новостного дискурса будут относиться признаки, характерные для текста, помещенного в ситуацию компьютерно-опосредованной коммуникации, такие как мультимедийность, интерактивность и гипертекстуальность.

Говоря о **структурных особенностях** электронного новостного дискурса, принимают во внимание синтаксическую структуру, структуру сценария, тематическую и риторическую структуры. Синтаксическая структура новостного дискурса (в терминологии Т. А. ван Дейка макросинтаксис) в большинстве случаев представляет собой «перевернутую» пирамиду (the inverted pyramid). Информация излагается в определенной последовательности: от более значимой к менее значимой информации.

Сценарий новостного дискурса имеет четкую структуру, которая определяется формулой 5WH, то есть новость должна отвечать на следующие вопросы: *Who? – Кто?; What? – Что?; When? – Когда?; Where? – Где?; Why? – Почему?; How? – Как?*

Тематическая структура новостного дискурса состоит из Краткого Содержания и Главного События (Summary and Main Body). Она представляет собой многоуровневую иерархию, в центре которой находится основная тема, соединяющая разные подтемы, которые в свою очередь соединяются с поддерживающими их элементами.

Риторические структуры новостного дискурса описывают стилистические приемы, которые использует журналист с учетом производимого ими эффекта. К этой категории относят метафоры, популярные фразы (лозунги), иллюстрации и зрительные образы. Стилистические приемы призваны создать яркий образ, придать живости сообщению и сделать описываемое событие более значимым. Риторические структуры новостного дискурса связаны также с его стремлением к фактичности. Важный показатель профессионализма журналиста состоит в том, чтобы при помощи различных стилистических приемов представить описываемое событие как факт. При создании новостного гипотекста журналисты должны сохранить статус новостей как источника достоверной информации, как власти, как зеркала, отражающего реальность.

Говоря о **функционально-лингвистических особенностях** электронного новостного дискурса, в первую очередь называют функцию информирования адресата о текущих событиях. Профессиональный журналист должен придерживаться позиции независимого обозревателя, его задача – пересказать событие, привести факты, описать детали. Однако информирование редко бывает полностью нейтральным, то есть абсолютно свободным от элементов воздействия на аудиторию, поэтому помимо информационной функции текстов Интернет-новостей исследователи выделяют воздействующую функцию. В текстах СМИ активно используются методы и приемы речевого воздействия для актуализации, пропаганды, продвижения, формирования определенного комплекса идей. Отметим, что как между отдельными функциями нет четкой границы, они тесно связаны между собой, так и реализация функции происходит сразу на нескольких уровнях рассматриваемого явления – электронного новостного дискурса.

Электронный новостной дискурс реализуется в новостных жанрах. Согласно работам, посвященным изучению теории жанров, в том числе электронных (Бахтин, 1986; Вежбицкая, 1997; Дейк, 1989; Дементьев, 1997; Кобяков, 2001; Кондрашов, 2004; Лебедева, 2001; Землякова, 2010; Негрышев, 2005; Полякова, 2014; Рабенко, 2018; Северина, 2013; Тertychnyy, 2002; Шмелева, 1995; Щипицина, 2009; Askehave, Nielsen, 2005; Bhatia, 1993; Crowston, Williams, 2000; Ihlstrom, 2004; Martin, 1992; Miller, 1984; Shepherd, Watters, 2004;

Swales, 1990; Yates, Orlikowski, 1992 и др.), речевые жанры представляют собой «определенные, относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний»<sup>1</sup>. **Новостные жанры**, под которыми понимают модель определенного типа новостного текста, в соответствии с которой организуется множество новостных сообщений, характеризуются определенными конститутивными признаками. К содержательным признакам новости как жанра относят: массовую адресность, актуальность, функциональность, краткость, достоверность. К формальным признакам новостей относится композиционная структура, которая предполагает последовательность взаимосвязанных смысловых частей, объединенных единством темы или предмета. Структура новостной статьи характеризуется строгим следованием схеме новостного дискурса при изложении информации и определена такими категориями, как Краткое Содержание (заголовок и вводка), Главное Событие, Фон и Комментарий (Т. А. ван Дейк, 2000).

Основополагающими категориями электронного новостного дискурса являются **категории адресата и адресанта**. Для современного медиатекста свойственно смешение ролей адресанта и адресата, что обусловлено появлением новых технических возможностей Интернета. Интерактивность электронных медиа приводит к новым отношениям между автором и аудиторией: читатель становится не просто «активным» (G. Landow), а «сознательным» читателем (N. G. Patterson), главным звеном цепочки автор – текст – читатель. Ориентация на целевую аудиторию обуславливает содержательные, структурные, функционально-лингвистические, жанровые характеристики гипотекста электронного новостного дискурса.

Теория электронного новостного дискурса как особого типа дискурса основывается на теории электронного гипертекста. Под **гипертекстом электронного новостного дискурса** в диссертации понимается совокупность текстов, представляющих собой множество различных видов информации новостного характера, связанных между собой гиперссылками. Гипертекст электронного новостного дискурса реализуется в электронной среде и ограничен рамками одного информационного сайта, другими словами, является **сайтовым новостным гипертекстом**. Для новостного гипертекста характерны следующие свойства: нелинейность, децентрированность, открытость, незавершенность, фрагментарность, мультимедийность, интерактивность, деперсонализация автора, игра.

---

<sup>1</sup> Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин / сост. С. Г. Бочаров; текст подгот. Г. С. Бернштейн и Л. В. Дерюгина; примеч. С. С. Аверинцева и С. Г. Бочарова. – 2-е изд. – М.: Искусство, 1986. – С. 255.

В реферируемом исследовании комплексному анализу подверглись два раздела сайтового новостного гипертекста – раздел, содержащий гипотексты для детской аудитории, и раздел, содержащий гипотексты для взрослой аудитории.

**Гипотекст электронного новостного дискурса** понимается в работе как минимальная значимая единица сайтового новостного гипертекста, семантически и структурно завершенная, характеризующаяся изолированностью и целевой направленностью. Гипотекст электронного новостного дискурса является текстом креолизованным (поликодовым). В структуре гипотекста электронного новостного дискурса можно выделить 1) *вербальный компонент* (само текстовое сообщение), 2) *невербальный компонент* (фотографии, изображения, рисунки) и 3) *мультимедийный компонент* (видео, аудио, анимация, инфографика). Web-страницы, содержащие мультимедийные эффекты, выглядят более привлекательно. Звуковое оформление подчеркивает особую важность определенных моментов, а видеоклипы помогают оживить любой материал. Кроме того, сайты, содержащие такие высокотехнологичные эффекты, имеют репутацию идущих в ногу со временем, что значительно повышает их рейтинг.

В отношении детской аудитории мультимедийность приобретает особое значение. Поскольку школьники в основном читают неохотно и поверхностно, особенно, что касается новостей, то мультимедийные средства представления информации решают данную проблему: прослушать непродолжительную аудиозапись или просмотреть видеоролик не требует от детей больших усилий. К подобной подаче информации можно относиться как к некой игре, не требующей вдумчивого изучения правил.

**В главе 2 «РАЗДЕЛ САЙТОВОГО ГИПЕРТЕКСТА, СОДЕРЖАЩИЙ ГИПОТЕКСТЫ ДЛЯ ВЗРОСЛОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ»** проводится анализ эмпирического материала, а именно гипотекстов, входящих в раздел для взрослой целевой аудитории сайтовых гипертекстов CNN и The Washington Post (<https://edition.cnn.com/> и <https://www.washingtonpost.com/>), составляющие электронный новостной дискурс. Анализируются структурные, содержательные, функционально-лингвистические и жанровые характеристики гипотекстов.

Главная страница раздела сайтового гипертекста для взрослых информационно загружена и составляет от 7 до 9 экранов. Главная новость маркирована крупным заголовком и занимает большую часть экрана. Остальные новости представлены заголовками-ссылками.

Новостной гипотекст для взрослых содержит описание одного события, то есть является простым гипотекстом и строится по принципу перевернутой пирамиды, состоящей из Краткого Содержания (Заголовок + Вводка), Главного События, Фона, Комментария.

В разделе сайтового гипертекста, адресованном взрослой аудитории, гипертекстуальность поддерживается системой гиперссылок. Для «взрослых» гипотекстов характерны как внутренние (ведущие на материалы, расположенные на этом же сайте), так и внешние ссылки (ведущие на материалы, расположенные на других сайтах); как внутритекстовые (расположенные внутри гипотекста), так и затекстовые ссылки (расположенные за пределами гипотекста); как ассоциативные (с помощью которых создается ассоциативная связь между отдельными узлами), так и командные ссылки (с помощью которых выполняются действия операционной системы).

Новостные гипотексты, адресованные взрослой аудитории, представляют собой креолизованные (поликодовые) тексты с *частичной креолизацией*, при которой невербальный и мультимедийный компоненты являются факультативными элементами текста, а вербальная часть выступает сравнительно автономной.

Рассматривая отношения между компонентами гипотекста с точки зрения их референтной соотнесенности, отметим, что новостным гипотекстам для взрослой аудитории свойственен *комплементарный* тип корреляции (содержание невербальной, мультимедийной и вербальной частей частично перекрывают друг друга). Чтение информации в виде текста и расширение представления о событии за счет видеоролика способствует наиболее полному восприятию пользователем новостного гипотекста.

Тематически гипотексты охватывают различные сферы жизни общества: политику, международное сотрудничество, экологию, экономику, спорт, медицину, науку. С точки зрения *темпоральной привязки и актуальности* описанных событий можно выделить следующие типы новостных гипотекстов, адресованных взрослой аудитории:

➤ новость, то есть событие, отобранное согласно критериям новостийности: актуальность, объективность, свежесть, оперативность, значимость, достоверность, конкретность, релевантность, масштабность, конфликтность (Ю. П. Беленькая, 2015). Новости повествуют о событии, 1) которое произошло недавно, 2) которое произойдет в будущем, 3) которое происходит в настоящее время;

➤ новость о 1) недавних, 2) происходящих в данный момент и 3) будущих событиях с развернутым поясняющим фоном (из событий настоящего, прошлого или будущего).

Было выяснено, что новостные гипотексты, содержащие новость и новость с развернутым поясняющим фоном составляют 55 % и 45 % соответственно от общего числа проанализированных гипотекстов, адресованных взрослой аудитории. Из них самую многочисленную группу составляют гипотексты, описывающие события, произошедшие недавно (60 %). Вторую по численности группу составляют гипотексты, описывающие

события, которые произойдут в ближайшем будущем (25%). Самую малочисленную группу составляют гипотексты о событиях, происходящих в настоящем (15 %).

Основными функциями новостных гипотекстов, адресованных взрослым, являются функции информирования и воздействия на сознание адресата. **Информативная функция** реализуется посредством размещения фактологической информации в гипотекстах, реализуя прямые значения и точно номинируя конститuentы новостного события (участники, топонимы, хрононимы, действия, состояния). При этом велика роль цифр, журналистских клише, терминологической лексики, безличных и неопределенно-личных предложений, конструкций *there is/are*, с помощью которых автор новостного сообщения добивается эффекта достоверности и беспристрастного отражения действительности.

**Для оказания воздействия** используется ряд приемов, а также определенные языковые средства: эвфемизмы и дисфемизмы, метафоры, приемы овеществления и олицетворения, метод повторения, пассивные глагольные формы, параллельные синтаксические конструкции и др. Кроме основных двух функций в гипотекстах для взрослой аудитории также реализуются развлекательная и коммуникативная функции.

**Развлекательная функция** проявляется в стремлении журналистов доставить удовольствие своим читателям при восприятии новостного гипотекста. Так, в структуру раздела сайтового гипертекста, адресованного взрослой целевой аудитории, входит рубрика *Entertainment*, включающая в себя гипотексты информационно-развлекательного характера о звездах, частной жизни медийных людей, закулисной жизни известных актеров, анонсах фильмов и т.п. Помимо этого все печатные гипотексты исследуемого сайтового гипертекста сопровождаются изобразительными (фотографии) или мультимедийными (видеоролики с аудиорядом) элементами, что делает новостной материал более привлекательным, а ознакомление с ним более приятным.

**Коммуникативная функция** заключается в возможности общаться с другими пользователями посредством Twitter, Facebook и др. соцсетей, пересылая тот или иной материал, сопровождая его при этом своим комментарием. Помимо перечисленных функций можно говорить и о своеобразной **функции удержания аудитории**. Данная функция реализуется в новостных гипотекстах с развернутым фоном из событий прошлого, так как всестороннее описание события, явления или ситуации позволяет компенсировать недостающие у адресата знания по актуальному вопросу, обеспечив нужное восприятие новости, минимизировав поиск информации в других источниках.

Из числа новостных жанров новостного дискурса, реализующегося в сайтовых гипертекстах CNN и The Washington Post, содержащих гипотексты для взрослой аудитории, были зафиксированы заметка (короткая и расширенная), анонс, мини-портрет, аннотация, некролог,



информационный отчет, информационная корреспонденция, интервью, репортаж. Каждый жанр отличается свойственным ему предметом отображения, методом отображения и целевой установкой.

Помимо известных в журналистике жанров были выявлены сугубо сетевые, сформировавшиеся исключительно в электронном пространстве. Поиски новых форм представления информации ведут к возникновению никогда не применявшихся ранее жанровых форм. Среди них были выделены фотогалерея, слайд-шоу, подкаст, потоковое видео и инфографика.

В главе 3 «РАЗДЕЛ САЙТОВОГО ГИПЕРТЕКСТА, СОДЕРЖАЩИЙ ГИПОТЕКСТЫ ДЛЯ ДЕТСКОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ» проводится анализ гипотекстов, входящих в раздел для детской целевой аудитории – CNN 10 и KidsPost – сайтовых гипертекстов CNN и The Washington Post (<https://edition.cnn.com/cnn10> и <https://www.washingtonpost.com/lifestyle/kidspost/>), составляющие электронный новостной дискурс. Анализируются структурные, содержательные, функционально-лингвистические и жанровые характеристики гипотекстов.

Главная страница раздела сайтового гипертекста для детской аудитории (CNN 10 и KidsPost) информационно не перегружена. Главная новость маркирована крупным заголовком, сопровождается фотографией или видеороликом и занимает большую часть экрана. Остальные новости представлены заголовками-ссылками.

Структура гипотекста для детской аудитории варьируется в зависимости от возраста адресата. Структура простого гипотекста для школьников 7-12 лет (KidsPost) не осложнена дополнительными элементами, имеет вид перевернутой пирамиды, в которой самое важное – заголовок и вводка – находятся наверху и присутствуют всегда.

Структура сложносоставного гипотекста для школьников 11-12 – 17-18 лет (CNN 10) иная: в нем описывается от трех до пяти информационных сообщений, которые располагаются в виде перевернутой пирамиды – от более значимого к менее значимому сообщению. В структуру гипотекста включен образовательно-развлекательный элемент – викторина. Такую информационную насыщенность новостного гипотекста для старших школьников, состоящего из нескольких новостных сообщений разной тематической направленности и викторины, можно объяснить распространенным в современном мире «клиповым» сознанием, под которым понимается «сознание, воспринимающее действительность посредством разорванных аудиовизуальных образов, возникающих

вследствие развития телекоммуникационных технологий»<sup>2</sup>. Новостной гипотекст представляет собой 10-минутный видеоролик с аудиорядом. Расшифровка звукового ряда – печатный транскрипт – полностью дублирует содержание видеоролика. В структуре гипотекстов для детей встречаются ассоциативные и командные затекстовые гиперссылки.

В отношении гипотекстов для детской аудитории CNN 10 необходимо говорить о вариативности структуры: важнейший компонент структуры – заголовок – здесь отсутствует. Вместо заголовка гипотекста используется дата выхода новости в эфир. Данную особенность можно объяснить двумя причинами. Во-первых, дата в качестве заглавия новостного гипотекста облегчает навигацию и поиск для пользователей – найти в архиве тот или иной интересующий школьника выпуск, зная дату его выхода в эфир, не представляется сложным. Во-вторых, в ситуации с подростками в настоящее время наблюдается тенденция читать мало, отдавая предпочтение лишь тому материалу, который может заинтересовать в первую очередь своим заглавием. Не вербализуя заголовок новостного гипотекста, автор вовлекает своего читателя в некую игру, создает интригу, вынуждая его просмотреть текст целиком, чтобы составить представление о его содержании.

Новостные гипотексты, адресованные детской аудитории, представляют собой креолизованные (поликодовые) тексты. В зависимости от наличия изображения и характера его связи с вербальным компонентом гипотексты KidsPost относятся к текстам с *частичной креолизацией*, то есть к текстам, в которых изобразительный компонент является факультативным элементом текста, а вербальная часть выступает сравнительно автономной. С точки зрения отношений между вербальной и невербальной составляющими креолизованного текста, гипотекстам KidsPost свойственен *комплементарный тип корреляции*, при котором содержание вербальной и невербальной частей частично перекрывают друг друга.

В зависимости от наличия изображения и характера его связи с вербальным компонентом гипотексты CNN 10 относятся к текстам с *сильной степенью креолизации* (полная креолизация), где вербальная часть (вводка) ориентирована на мультимедийный компонент (видеоролик), который выступает в качестве обязательного элемента текста. С точки зрения отношений между вербальной и мультимедийной составляющими креолизованного текста, гипотексты CNN 10 можно отнести к текстам с *изобразительно-центрическим типом корреляции*, при котором мультимедийный компонент (видеоролик) выполняет главную функцию, а вербальный (вводка) – второстепенную.

---

<sup>2</sup> Можаяева, Т. Г. Композиционные особенности кинематографической прозы / Т. Г. Можаяева // Проблемы межкультурной коммуникации в теории языка и лингводидактике: мат-лы II Междунар. научно-практич. конф. / под ред. Т. Г. Пшенкиной. – Барнаул, 2006. – С. 196.

В новостных гипотекстах, адресованных школьникам, освещение находят события из области политики, международного сотрудничества, экологии, экономики, спорта, науки. Значительное внимание также уделяется вопросам здоровья и новинкам технического прогресса. Темы убийств, насилия и наркотиков являются табуированными и не освещаются детскими журналистами. Для новостных гипотекстов, адресованных детской аудитории, характерны следующие типы:

➤ новость, то есть событие, отобранное согласно критериям новостности, о событии, 1) которое произошло недавно, 2) которое произойдет в будущем, 3) которое происходит в настоящее время. Данный тип гипотекстов насчитывает около 43 % от общего числа проанализированных гипотекстов;

➤ новость о недавних, происходящих в данный момент и будущих событиях с развернутым поясняющим фоном (из событий настоящего, прошлого или будущего) – 38 %;

➤ событие прошлого, преподносимое как новость – 19%.

Функциями гипотекстов, адресованных детской аудитории, так же как и взрослой, являются функции **информирования и воздействия** на сознание адресата. Помимо свойственных новостным гипотекстам нейтральности, клишированности, достоверности, фактологичности, в новостных гипотекстах для детей наблюдается стремление адресанта сообщения сблизиться со своим адресатом, сократить дистанцию, наладить доверительный тон общения с читателем. Журналисты детских новостей чаще, по сравнению с журналистами взрослых новостей, используют:

– сокращенные формы слов (*we'll have a little more on that; we're happy; you're watching*),

– разнообразные стилистические приемы:

а) метафоры (*Would it take **nerves of steel** to ride it?*);

б) фразеологические сочетания (*to do well in life* – преуспеть в жизни; *keep a cool head* – сохранять хладнокровие);

в) эпитеты (*this **messy** civil war, **fantastic** flips*);

г) игру слов (*Cafe Meow offers free es-fur-ssso with every order*);

д) прецедентные феномены: ***The Cat in the Hat*** – кот в шляпе (самая известная сказка американского писателя Доктора Сьюза); *Because of that big old crater on the left side, some "Star Wars" fans are comparing it to the Death Star*;

– эмоционально-окрашенную лексику (*Thursday's attack so **horrible, enraged** responses, **sheer horror, incredibly** expensive, **wild** swings in the U.S. stock market*);

– риторические вопросы (*So, what happens now? What's the value in this?*);

– восклицания, междометия (*Yeah! Heh! oh my!*);

- повествование от первого лица;
- обращение к адресату (*Thank you for watching CNN 10, we welcome you*).

Отличительной особенностью новостных гипотекстов, адресованных детям, является эксплицитный адресант сообщения: *Hi. I'm Carl Azuz*. Также журналист выступает и от лица всей корпорации CNN, используя местоимение «мы» (we): *we're explaining how ..., we're looking at the potential risk, we're introducing the people* и т.п.

**Развлекательная функция** новостных гипотекстов, адресованных детской аудитории, реализуется в выборе самого предмета новости. Каждый новостной гипотекст CNN 10 в качестве заключительной новости содержит сообщение развлекательно-познавательного характера: о птицах-дронах, о собачьей свадьбе, о поведении полярных медведей и т.п. В качестве своеобразного игрового элемента, призванного на некоторое время переключить внимание школьников и дать им возможность посоревноваться друг с другом в знании тех или иных вопросов, в каждый новостной гипотекст включена викторина. Помимо этого, новостные гипотексты для детей содержат фото-, аудио- или видео компоненты, которые делают ознакомление с новостным материалом более интересным. **Коммуникативная функция** состоит в возможности школьника стать участником общения не только с редакцией, к чему призывают создатели сайта (*Be a part of the conversation!*), но и с другими пользователями. Посредством Twitter, Facebook и др. социальных сетей можно делиться понравившимся материалом, при этом добавляя свой комментарий.

Характерной для гипотекстов, ориентированных на детскую аудиторию, является **обучающая функция**. Данная функция состоит в повышении качества знаний учащихся, в развитии у школьников таких навыков, как чтение, письмо, аудирование и говорение, а также навыков рассуждения и критического мышления. Авторы новостей для детей стремятся объяснить школьникам, почему-то или иное событие является важным, то есть становится новостью, отсюда определенный выбор слов: мы объясним, изучим, исследуем, ответим на вопрос почему, когда и пр.: *on this Friday's show, you'll hear about new import tariffs announced by the U.S. government, including why they're controversial and when they'll take effect. We're exploring Jupiter with a NASA spacecraft and explaining daylight-saving time with a CNN meteorologist. And we're examining the challenges of making fake currency the legal way* (CNN 10 - March 9, 2018). Обучающая функция явно проявляет себя в новостях второго типа, где описываемое событие сопровождается обширным фоновым контекстом, а также в новостных гипотекстах третьего типа, где факт прошлого представляется как новость. Незначительное событие здесь становится поводом для детального рассмотрения. С обучающей функцией тесно связаны две основные вышеупомянутые функции новостного

гипотекста – информативная и воздействующая. В самом выборе вопросов для викторин (обязательного элемента сложносоставного гипотекста) нельзя не обнаружить приемы воздействия на сознание реципиента. Так, в викторине за 6 января 2017 г. один из вопросов звучит следующим образом: *Who is the president of Russia, a nation that denies American accusations that it interfered in the 2016 U.S. presidential election?* Все описанные функции тесно переплетены между собой и реализуются на нескольких уровнях.

Новостные жанры в разделе, адресованном детской аудитории, представлены заметкой (короткой и расширенной), анонсом, мини-портретом, аннотацией, репортажем и интервью. Также были выявлены сугубо сетевые жанры, такие как фотогалерея, слайд-шоу, подкаст и интерактивная викторина. Тесное взаимодействие канонических и неканонических жанров способствует гибридизации жанров, размыванию их границ.

В **заключении** подведены итоги проведенного исследования. Результаты исследования подтвердили гипотезу, положенную в основу исследования, и обоснованность теоретических положений диссертации.

Было установлено, что возраст адресата обуславливает вариабильность не всех характеристик новостного дискурса, реализующегося в гипотекстах для детской и взрослой целевых аудиторий.

1. Структурно-композиционные характеристики новостных гипотекстов, адресованных разновозрастным адресатам, значительно различаются. Гипотексты новостей обеих разновозрастных аудиторий строятся по принципу перевернутой пирамиды и содержат, как правило, все категориальные компоненты структуры (Краткое Содержание, Главное Событие, Фон, Комментарии). Гипотексты для взрослой аудитории и учащихся младших классов являются простыми, то есть содержат описание одного события.

В новостном видеоролике для школьников среднего и старшего возраста (CNN 10) освещается от 3 до 5 информационных сообщений, которые располагаются в порядке убывания их значимости и представляют собой категориальные компоненты пирамиды. К тому же обязательным элементом такого гипотекста является викторина. Это так называемые сложносоставные гипотексты. Данные гипотексты представляют собой усеченную перевернутую пирамиду – место заголовка новостных гипотекстов занимает дата выхода материала в эфир.

2. Новостные гипотексты обеих возрастных групп представляют собой креолизованные (поликодовые) тексты, включающие вербальный, невербальный и мультимедийный элементы. Гипотексты для взрослой аудитории – тексты с частичной креолизацией и комплементарным типом корреляции. Гипотексты для детской аудитории – тексты со слабой, умеренной или сильной степенью креолизации. Отношениям между

вербальным и невербальным компонентами свойственны комплементарный, изобразительно-центрический и параллельный типы корреляции.

3. Содержательные характеристики новостных гипотекстов, адресованных разновозрастным адресатам, различаются минимально. В гипотекстах обеих возрастных групп освещение находят темы политики, международного сотрудничества, экологии, спорта, науки. В гипотекстах для детей широко освещаются темы здоровья и технического прогресса. Темы убийств, насилия и наркотиков являются табуированными.

С точки зрения темпоральной привязки и актуальности описанных событий, новостные гипотексты для взрослой аудитории в полной мере соответствуют понятию «новость» и представлены следующими типами: 1) новости о недавних, настоящих, будущих событиях; 2) новости о недавних, настоящих, будущих событиях с развернутым фоновым планом.

Для новостей, адресованных детской аудитории, характерными типами являются:

1) новость (в полной мере соответствуют критериям новостийности), 2) новость + обширный фоновый план (в меньшей мере соответствуют критериям новостийности); 3) событие прошлого, преподносимое как новость (не соответствуют критериям новостийности в строгом смысле слова, но обладают этими критериями в детском понимании).

4. Функциональные характеристики новостных гипотекстов двух возрастных групп незначительно отличаются. Общими для гипотекстов обеих групп являются функции информирования и воздействия на сознание адресата, развлекательная и коммуникативная функции. Обучающая функция свойственна новостным гипотекстам для детской аудитории. Функция удержания аудитории свойственна новостям с развернутым фоном, адресованным взрослой аудитории.

5. Лингвистические характеристики новостных гипотекстов, адресованных разновозрастным адресатам, значительно отличаются. Помимо свойственным текстам обеих групп нейтральности, клишированности, достоверности, фактологичности в новостных гипотекстах для детей наблюдается стремление адресанта сообщения установить доверительный тон со своим адресатом. Журналисты детских новостей чаще, по сравнению с журналистами взрослых новостей, используют сокращенные формы слов, разнообразные стилистические приемы (метафоры, сравнения, олицетворение, эпитеты, игру слов и др.), эмоционально-окрашенную лексику, восклицания, междометия, повествование от первого лица, а также обращение к адресату.

6. Жанровые характеристики гипотекстов двух возрастных групп схожи. Для обеих возрастных групп характерными новостными жанрами оказываются заметка (короткая и расширенная), анонс, аннотация, мини-портрет, интервью, репортаж. Кроме этого, для взрослой аудитории распространенными жанрами оказываются информационная корреспонденция,

информационный отчет и некролог. Незначительные вариации, обусловленные возрастом адресата, наблюдаются в использовании сетевых жанров. Фотогалерея, слайд-шоу, подкаст, потоковое видео и инфографика типичны для взрослой аудитории. В отношении детской аудитории не зафиксированы потоковое видео и инфографика, но используется интерактивная викторина.

Можно наметить некоторые перспективы дальнейшего исследования электронного новостного дискурса. Предложенная в диссертации комплексная методика анализа эмпирического материала может быть применена при анализе новостных гипотекстов, адресованных аудиториям, различным по социальному статусу, состоянию здоровья, расе, гендеру. Представляется, что исследования в области электронного новостного дискурса, основного типа медиадискурса, будут способствовать более полному представлению об Интернет-лингвистике в целом.

### **Основные результаты исследования отражены в 8 публикациях.**

*Публикации в ведущих рецензируемых научных изданиях (журналах), включенных в Перечень ВАК Минобрнауки России:*

1. Потапова, Н. В. Адресат новостных гипотекстов как фактор деконструкции понятия «новость» / Н. В. Потапова, В. А. Каменева // Политическая лингвистика / под ред. А. П. Чудинова; ФГБОУ ВО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2018. – Вып. 3 (69). – С. 128–134.

2. Потапова, Н. В. Вариативность структуры англоязычных новостных электронных гипотекстов в зависимости от возраста целевой аудитории / Н. В. Потапова, В. А. Каменева // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». – 2018. – № 2. – С. 113–120.

3. Потапова, Н. В. Возраст адресата – фактор, определяющий структурные, языковые и темпоральные особенности организации новостных гипотекстов (на англ.яз.) / Н. В. Потапова, В. А. Каменева // Политическая лингвистика / под ред. А. П. Чудинова; ФГБОУ ВО «Урал. гос. пед. ун-т». – Екатеринбург, 2018. – Вып. 4 (70). – С. 130–136.

*Публикации в иных научных изданиях:*

4. Потапова, Н. В. Актуальные вопросы современных исследований новостного дискурса / Н. В. Потапова, В. А. Каменева // Концепт и культура: диалоговое пространство культуры: языковая личность. Текст. Дискурс: сборник статей VI Международной научной конференции, Кемерово – Ялта (25–27 сентября 2016 г.). – Кемерово – Ялта, 2016. – С. 503–509.

5. Потапова, Н. В. О сложном понятии «дискурс» / Н. В. Потапова // Проблемы и перспективы языкового образования в XXI веке: мат-лы регион. научно-практич. конф. – Новокузнецк: КУЗГП, 2004. – С. 98–100.

6. Потапова, Н. В. Функциональные особенности электронного новостного дискурса / Н. В. Потапова // Вестник современных исследований. – Омск, 2018. – № 10 (25). – С. 423–425.

7. Потапова, Н. В. Электронный новостной дискурс в аспекте креолизации (к постановке проблемы) / Н. В. Потапова, В. А. Каменева // Визуальная коммуникация в динамике: сборник статей II Международной научной конференции (24–25 ноября 2016 года) / под ред. Н.Ф. Федотовой. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2016. – С. 336–340.

8. Potapova, N. V. The correlation of text and hypertext categories. Actualization of text category of time in news hypertexts aimed at children / N. V. Potapova, V. A. Kameneva // 8<sup>th</sup> International Conference “Social Science and Humanity” held by SCIEURO. London 23–29 March 2018. – P. 103–116.