

ОТ ПРИГЛАШЕННОГО РЕДАКТОРА

УДК 81'42

Актуальные направления исследования медийного интернет-пространства

Т. И. Попова

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 11

Для цитирования: Попова, Т.И. (2018). Актуальные направления исследования медийного интернет-пространства. *Медиалингвистика*, 5 (3), 258–272. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.301>

Рассматриваются основные направления исследования медийного интернет-пространства. Определяются границы объекта исследования, куда включаются гипермедиа, использующие одновременно различные средства доставки контента (офлайновые и онлайн-издания), а также трансмедиа — новые медиа (социальные сети). Описываются основные характеристики медийного интернет-текста, на которые в первую очередь было обращено внимание исследователей: гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность/асинхронность общения, полисубъектность. Прослеживается становление теоретического аппарата исследований медийного интернет-пространства, отмечается междисциплинарный характер таких дисциплин, как медиалингвистика, интернет-лингвистика, медиалогия. Отмечается интегративный характер методов исследования медиатекста. Ставится задача определить актуальные перспективы исследований медийного интернет-текста. Наиболее актуальными признаются исследования конвергентных жанров, возникших на стыке разных жанров и каналов связи (вербальных, визуальных, аудиальных). В качестве перспективного направления развития медиатекста рассматривается трансмедийный сторителлинг, главным достоинством которого является возможность создавать полифоничное коммуникационное полотно, вовлекать потребителя в активное взаимодействие, создавать смешанную реальность, объединяющую онлайн и офлайн-коммуникации. Делается вывод о том, что в настоящее время созданы методологические предпосылки для интегративного междисциплинарного исследования современного медиатекста, представляющего собой новый формат общения на основе коллаборации (многосубъектности, активного участия пользователей в создании контента) и журналистики данных, использующей все возможности мультимедийности. Фокус современных исследований медийного интернет-пространства смещается от исследования

отдельных медиажанров и характеристик текстов, связанных с интернет-технологиями, к интегративному исследованию всего медийного интернет-пространства на основе общей теории. Современное исследование медиатекста основывается на анализе всех сторон мультимедийного интерактивного процесса медиакommunikации.

Ключевые слова: медиатекст, медиалингвистика, интернет-лингвистика, медиалогия, интегративный подход.

Постановка проблемы. Конец XX — начало XXI в. ознаменовался революционными изменениями в характере массового и межличностного общения, что было связано с формированием глобальной коммуникационной сети при помощи интернет-технологий и возникновением электронного сообщества, взаимодействующего в режиме реального времени и обратной связи. Если в словаре-справочнике «Эффективная коммуникация: история, теория, практика» об Интернете говорилось как о потенциальном факторе, который в ближайшие 10–15 лет повлечет за собой серьезные изменения форм коммуникации [Сурин 2005: 873], то в 2012 г. в коллективной монографии «Интернет-коммуникация как новая речевая формация» признавался тот факт, что «Интернет — это многоаспектный феномен, который радикальным образом изменил мир и наше представление о нем» [Колокольцева, Лутовинова 2012: 8]. В настоящее время, по данным отчета Global Digital Statshot, «доступ к Интернету имеют 3,819 млрд человек... что составляет более 51 % населения планеты, а количество пользователей соцсетей в мире превысило 3 млрд, при том что всего на планете населения 7,524 млрд человек» (цит. по: [Маркова 2017]).

Столь стремительный процесс формирования новой информационно-коммуникативной сферы, свидетелями и участниками которого мы являемся, естественно, сказывается на уровне теоретического осмысления этого процесса. Как отмечают исследователи, «скорость изменений превышает скорость теоретико-методологической рефлексии» [Калмыков 2011]. Большинство ученых сходятся в том, что исследования медийного интернет-пространства находятся в стадии становления, отмечают, что для нового объекта исследования необходим новый понятийный аппарат и соответствующая методология [Вартанова 2001; Горошко, Павлова 2015; Добросклонская 2008; Дзялошинский, Дзялошинская 2014; Дускаева 2013; Шилина 2011, 2013, 2014; Herring 2013].

Цель статьи — проследить становление новых лингвистических дисциплин, связанных с изучением медийного интернет-текста, описать их методологическую базу, охарактеризовать объект и предмет этих исследований, выделить актуальные направления изучения медийного интернет-пространства.

Методологическая база изучения медийного интернет-пространства

Особенности изучаемого объекта. Основным достижением исследователей в области интернет-лингвистики за последние 15–20 лет стало выделение отличительных признаков интернет-коммуникации по сравнению с традиционными формами общения, сформировавшимися до становления информационного общества (печатные СМИ, телевидение, радио). В качестве базовых, конститутивных харак-

теристик интернет-коммуникации, влияющих на ее характер, были названы категории, характеризующие в основном канал связи и способ передачи сообщения, такие как электронная форма существования текста, гипертекстуальность (нелинейная организация содержания), мультимедийность (поликодовость), интерактивность, синхронность/асинхронность общения, вариативность количества и эксплицированности коммуникантов [Щипицина 2010: 59; Дускаева, Протопопова 2003].

Каждая из выделенных характеристик интернет-текста подверглась отдельному изучению. *Гипертекст* как объект лингвистического изучения стал темой II Международной конференции в Самаре [Стройков 2011], гипертексту была посвящена монография Т. И. Рязанцевой «Гипертекст и электронная коммуникация» [Рязанцева 2010]. *Поликодовости* посвящены монография и докторская диссертация А. Г. Сониной [Сонин 2005; 2006], кандидатская диссертация Д. М. Мичурина [Мичурин 2014] и др. *Интерактивность* была в центре внимания работ, исследующих диалогические формы интернет-общения [Кузнецова 2008; Попова 2017; Патрушева 2015].

Внимание исследователей в основном было сосредоточено на выявлении особенностей функционирования жанров традиционной несетевой коммуникации (беседа, дискуссия, разговор и др.) в новых форматах, появившихся в сети благодаря интернет-технологиям (чаты, конференции, форумы и др.). В диссертационных исследованиях изучалась связь между традиционными и сетевыми жанрами. В качестве примера можно назвать интересную диссертацию С. С. Ярцевой [Ярцева 2011]. В ней прослеживается история развития колонки как движение от рубрики к жанру, обусловленное усилением личностного начала в публицистике, которое связано с персонализацией и персонификацией текста. Тематический выпуск журнала «Коммуникативные исследования» (2014, № 2) [Коммуникативные исследования... 2014] целиком был посвящен теме «Традиционные и новые медиа в современной России».

Особый интерес исследователей вызвала новая, так называемая устно-письменная форма общения, когда в письменную дистантную форму общения проникают языковые средства, характерные для контактного устного общения (см., например: [Трофимова 2004; Усачева 2011; Казак 2012]). Исследователи стали говорить о новом типе речевого поведения пользователей сети, их «психологической *раскрепощенности, ненормативности*, большей свободе в выборе высказываний и поступков, в проигрывании ролей и сценариев, которые не могут быть реализованы в реальной жизни» [Горшко 2014: 30].

Особого теоретического осмысления потребовало такое явление, как электронные сетевые СМИ. По мнению А. А. Калмыкова, мы являемся свидетелями глобальной системной перестройки информационно-коммуникативной сферы общественной деятельности, связанной с процессом *конвергенции* (от лат. *convergo* — «сближаю»), который понимается автором как сближение (взаимопроникновение, взаимодействие, согласование и т. п.), происходящее сразу в нескольких плоскостях (слоях), отличающихся масштабом протекания процесса в медиаотрасли: конвергенция технических устройств (гаджетов), используемых журналистами для сбора и обработки материала; конвергенция профессионализма, «поскольку новые дигитальные устройства не только требуют дополнительных компетенций, но и задают конвергентные форматы предоставления контента»; конвергенция на уровне ком-

понентов системы СМИ (интернет-ТВ, онлайн-газета, интернет-радио) [Калмыков 2011; Хелемендик 2013]. В результате процесса конвергенции появляются гипермедиа — издания, использующие одновременно различные средства доставки контента (оффлайновая и онлайн-газета), и трансмедиа — новые медиа (социальные сети, контент которых, во-первых, не информативный, а коммуникативный, во-вторых, формируется не редакцией, а пользователями) [Калмыков 2011].

В процессе конвергенции рождаются новые интегрированные жанры: инфотейнмент (information + entertainment), эдютейнмент (education + entertainment), инфорториал (information + editorial) [Вартанова 2001]. Это явление становится предметом отдельного изучения. В рамках данного направления выполнено исследование С. Г. Носовец, в котором рассматриваются структурные и содержательные особенности функционирования СМИ в социальной сети «ВКонтакте» и специфика подачи новостного контента [Носовец 2014].

Процесс конвергенции распространяется на систему медийных интернет-жанров в целом, ведущей тенденцией развития этих жанров признается *мультимедийность*. Приведем классификацию жанров мультимедиа, основанную на типологии кодов передачи информации: иллюстративные жанры (динамическая иллюстрация), фотолента, фоторепортаж, фотогалерея, слайд-шоу, графика/рисунок/карикатура, инфографика); аудиальные жанры (аудиоиллюстрация, аудиоверсия текста, аудиосюжет); видеожанры (видеоиллюстрация, видеосюжет, потоковое видео с места событий, интерактивный видеомост, видеоколонка, видеоочерк, видеокomentarий) [Костиков 2017: 96–97].

Главным выводом, к которому пришли исследователи в процессе изучения отдельных жанров и характеристик медийного интернет-текста, стало мнение, что технологии Интернета радикально изменили парадигму медиакommunikации: из вертикальной модели она превратилась в горизонтальную. Приоритет гипертекстуальности и полисубъектности обусловил распространение в интернет-пространстве *концепции равноправного создания текста автором и читателем*, что открывает возможности для развития так называемой журналистики граждан [Шилина 2013: 137–138].

Таким образом, все выделенные в процессе исследований характеристики медийного интернет-текста (гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, полисубъектность) постепенно получают системное объяснение и из экзотических характеристик медийного интернет-текста, отличающих их от традиционного текста, превращаются в характеристики текста нового формата, фиксирующие новый тип отношений в современном обществе. С этой точки зрения особенно интересны теоретические работы, осмысляющие медиапроцесс в целом и предлагающие новую методологическую базу исследования этого процесса.

Научные направления исследования медийного интернет-пространства

Медийное интернет-пространство представляет собой часть сферы медиа, которую необходимо изучать системно, с учетом современной ситуации и процессов, происходящих в этой сфере. Для комплексного анализа сферы медиа исследователи предлагают понятие «информационно-коммуникативный универсум», в который

включают общественные (массовые), публичные (специализированные) и частные (межличностные) коммуникации [Дзялошинский, Дзялошинская 2014]. Феномен общения в интернет-среде состоит в том, что в ней задействованы все три типа коммуникации. Медиа уже нельзя понимать только как сферу журналистской деятельности, только как СМИ. Коммуникатология и медиалогия претендуют на охват социально-коммуникативных процессов в целом, в том числе и на теоретико-методологическом философском уровне (см., напр.: [Дебрэ 2010]). Таким образом, основополагающей дисциплиной для изучения медийных интернет-текстов становится общая дисциплина *медиалогия* (*media studies*), предмет которой — всесторонний анализ исторического развития, современного состояния и особенностей функционирования всего комплекса средств массовой коммуникации.

Частные направления изучения медиатекста — медиалингвистика и медиастилистика, в которых медийный интернет-текст является одним из объектов изучения.

Медиалингвистика (Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева и др.). Среди наиболее значимых предпосылок зарождения медиалингвистики Т. Г. Добросклонская выделяет следующие: «стремительный рост информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), выразившийся, в частности, в создании глобальной сети медиакоммуникации; формирование и развитие единого информационного пространства как новой виртуальной среды текстового общения; становление и научное осмысление понятия “язык СМИ”, определение его функционально-стилистических особенностей и внутренней структуры; осознание необходимости применения интегрированного подхода к изучению медиаречи, основанного на объединении усилий представителей разных гуманитарных дисциплин; рассмотрение исследований языка СМИ в рамках медиалогии» [Добросклонская 2008: 4–5].

Медиастилистика (Л. Р. Дускаева). Особенностью этой дисциплины является изучение закономерностей функционирования языка в частных речевых разновидностях медиасферы, специфики речевой системности этих разновидностей, стилевых норм, складывающихся под влиянием экстралингвистических стилиобразующих факторов [Дускаева 2013; Кузнецова 2008].

В качестве узкого направления, изучающего интернет-текст, выделяется **интернет-лингвистика** (см.: [Herring 2014a; 2014b; Компанцева 2007; Лутовинова 2009; Щипицина 2010] и мн. др.). Объект этого направления фокусируется на изучении особенностей функционирования языка в пространстве интернет-коммуникаций. Основной методологической платформой анализа выступают полипарадигмальные и междисциплинарные подходы [Горошко, Павлова 2015].

Методы изучения. Исследователи медиатекста отмечают, что в медиалингвистике, как и в любой другой междисциплинарной отрасли, методы исследования носят ярко выраженный интегративный характер: в рамках медиалингвистики широко применяется весь спектр методов текстовой обработки — от традиционных методов системного анализа и контент-анализа до логического, эмпирического, социалингвистического и сравнительно-культурологического описания. Тексты массовой информации изучаются с помощью когнитивной лингвистики, дискурсивного анализа, критической лингвистики, функциональной стилистики, прагматики, риторической критики. Интегративность их использования обеспечивает системный, комплексный подход к изучению текстов массовой информации [Добросклонская 2008: 37].

Дискурсивный подход. Схему дискурсивного анализа медиатекста предлагают украинские исследователи Л. А. Кудрявцева и К. А. Иванова. В схему анализа медиатекста входят следующие компоненты: 1) исходные данные (название статьи, название источника, автор, дата создания); 2) медиатопик, тематика; 3) лингвистические характеристики: лексика и фразеология, морфология и синтаксис, стилистика (художественные приемы, языковая игра, риторические фигуры); 4) медийные технологии: визуальные средства (расположение материала, шрифт, графика, изображения), звуковые средства, видеосопровождение; 5) коммуникативная стратегия, которую реализует конкретный медиатекст, и его коммуникативные тактики (цель, с которой создан медиатекст, и способы ее реализации, адресат и адресант медиатекста); 6) отбор фактов, связи и соотношения между ними, прецедентность, гипертекст [Кудрявцева, Иванова 2014: 26]. Дискурсивный подход стал центральным для целого ряда исследований (см., например, статью [Lemke 2012], монографию [Нестерова 2015], коллективную монографию «Интернет-пространство: речевой портрет пользователей» [Попова и др. 2012] и многие др.).

Культурологический подход. Медиатекст рассматривается как результат «информационного взрыва» второй половины XX в., который выявил характерные черты постиндустриальной (постмодернистской) эпохи: «демассификацию» прессы (Э. Тоффлер), телекратию и порожденную ею «клипкультуру», усиление роли информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) (см.: [Кириллова 2011: 6]). В рамках этого направления выполнены, например, диссертационные исследования: [Орлова 2012; Алексеева 2006; Анненкова 2011] и др.

Метод медиалингвистического анализа. Суть метода состоит в обнаружении и описании закономерностей взаимодействия вербального и медийного рядов, в изучении особенностей использования знаков медийного уровня, а также различных вариантов комбинаций элементов всех уровней медиатекста: слово — звук — изображение, слово — графическое оформление — образ и т. д. При этом учитываются функции разноуровневых компонентов медиатекста — иллюстрация, дополнение, усиление, контраст, столкновение смыслов [Добросклонская 2008: 58].

Перспективные проблемы изучения сетевых медиа

Традиционный круг вопросов, волнующий исследователей языка СМИ: «Какое влияние оказывает массовая коммуникация на соотношение устной и письменной форм речи, как массовый характер сообщения сказывается на движении языковой нормы, что представляет собой язык массовой информации с точки зрения функционально-стилистической дифференциации, каковы критерии типологической классификации медиатекстов, какова специфика языков конкретных СМИ — газет, журнальной прессы, радио, телевидения, Интернета, а также языков так называемых медиаобусловленных систем — рекламы и связей с общественностью» [Добросклонская 2008: 20]. Эти вопросы остаются актуальными и для исследования медийного пространства Интернета, однако в современной ситуации они требуют рассмотрения с учетом системно-функционального подхода к исследованию Интернета как коммуникативного феномена.

Современные исследования медиаречи должны быть основаны на системных представлениях о медиасреде и ее подстилях (см., например, работу М. Чекуновой

о политико-административном сетевом медиадискурсе [Чекунова 2017], статью Г. А. Красновой и соавторов о сетевых медиа как инструменте рекрутинга студентов [Краснова, Гриншкун, Пыхтина 2017]). В центр внимания исследователей попадают социальные медиа (social media) — «совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент, а значит, быть активным ресурсом для осуществления коммуникативных практик» [Шестеркина 2017].

Требуют изучения интерактивные модальные платформы. Интерактивные мультимодальные платформы — ИМП (interactive multimodal platforms — IMPs) позволяют в социальном вебе комментировать мультимодальный контент посредством мультимодальных каналов на одном сайте и даже с помощью одной «беседы». ИМП минимально использует текст и еще одну дополнительную семиотическую систему (видео, аудио, графику). Эти модусы могут реализовываться как в синхронном, так и асинхронном режимах передачи данных [Горошко, Павлова 2015: 45–46]. В качестве примеров ИМПа называются сервис YouTube, который позволяет в асинхронном режиме зарегистрированным пользователям комментировать размещаемые видео на канале как в текстовом, так и в видеоформате; социальная сеть Facebook, предоставляющая своим пользователям сервис видеочата; сервис WhatsApp, позволяющий параллельно с текстовыми сообщениями обмениваться фото-, видео- и аудиоинформацией в рамках одного диалога [Горошко, Павлова 2015: 45–46]. Эти мультимодальные комментаторские среды ставят перед исследователями ряд вопросов: «Как и зачем люди общаются в рамках данной коммуникативной модели? До какой степени выбор ими текста, звука или изображения влияет на само общение? Что в этом общении наиболее позитивно и социально, а что вызывает вербальную агрессию и отторжение? Как коммуникативный эффект воздействия связан с тем или иным форматом передачи информации (текст, звук, видео)? И как один формат воздействия связан с другим? До какой степени этот выбор влияет на получателя сообщения? И как вся эта информация, полученная посредством нашего практического анализа, может повлиять на улучшение работы сервиса с точки зрения усиления коммуникативного эффекта воздействия?» [Herring 2015: 1–2] (цит. по: [Горошко, Павлова 2015: 46]).

Г. Г. Щепилова, работающая в этом направлении, провела эксперимент по изучению коммуникативного поведения пользователей Facebook. Целью эксперимента было выяснить, как пользователи реагируют на разные типы текстов. Исследовались реакции пользователей на различные типы публикаций (новости, истории, рекламу) [Щепилова 2012].

Перспективным направлением исследования медийного интернет-текста является системное изучение мультимодальности. Многосубъектность современного медиатекста находит свое системное объяснение в понятии «коллоборативные медиа» как формы опосредованной коммуникации, в которой люди совместно работают и создают новые сообщения, контент и смыслы. Это понятие рассмотрено в работе Дж. Лёугрена и Б. Реймера [Löwgren, Reimer 2013] (см. также: [Зиганшина 2017]). В русле исследования полимодальности медийного интернет-текста можно рассматривать и работы в области комических креолизованных текстов в интернет-коммуникации (интернет-мемов) (см., например: [Щурина 2010]). Интернет-

мемы как поликодовые тексты выступают основой для порождения множества новых произведений с разной степенью оторванности от оригинала [Мичурин 2014: 11].

Интересное направление исследования медийного интернет-текста — изучение проектов дата-журналистики (или журналистики данных — от англ. data journalism) (см.: [Zerfass 2016; Шилина 2017; Симакова 2014]). А. Пилхофер (New York Times) предлагает рассматривать журналистику данных как «зонтичный термин», который «охватывает многое, включая в себя все новый и новый набор инструментов... от традиционных репортажей, которые готовятся при помощи компьютера (с использованием данных в качестве «источника») до самых современных и передовых способов визуализации данных и новостных приложений. Объединяющая цель — журналистская: предоставление информации и анализа, чтобы помочь информировать нас обо всех важных проблемах дня» [Пособие по журналистике данных]. Теоретическое осмысление этого направления только началось. Исследуя проекты дата-журналистики ведущих мировых массмедиа (25 публикаций в «Гардиан» и «Нью-Йорк Таймс», 2015–2016), М. Г. Шилина приходит к выводу о качественных трансформациях медиакommunikации: «...формируется полисубъектность (проект реализует творческо-технический коллектив — журналист, фотограф, инфограф, веб-дизайнер, SMM-менеджер, статистик, аналитик, программист, специалисты data science, продюсер); медиатекст приобретает интегрированный характер (текст и визуализация любых типов: графика, инфографика, видео); визуализация определяет подачу информации и онлайн-развитие сюжета с участием просьюмеров, используется сторителлинг на основе визуализации результатов анализа больших и открытых данных [Шилина 2017: 17–18].

Перспективным направлением исследования медийного интернет-текста является исследование трансмедийного сторителлинга (см.: [Черненко 2017; Прасолова 2016]). Главным достоинством новой технологии признается возможность создавать полифоничное коммуникационное полотно, состоящее из разноформатных элементов, которые расположены в кроссплатформенной среде. Данные технологии вовлекают потребителя в активное взаимодействие, создают смешанную реальность, объединяющую онлайн- и офлайн-коммуникации [Пильгун 2015].

Заключение

Проведенный анализ исследований в области интернет-коммуникации показывает, что усилиями ученых разных лингвистических направлений созданы условия для интегративного междисциплинарного исследования современного медийного интернет-текста, представляющего собой новый формат общения на основе коллаборации (многосубъектности, активного участия пользователей в создании контента) и журналистики данных (использующей все возможности мультимедийности).

Современное исследование представляется невозможным без анализа всех сторон мультимедийного интерактивного процесса медиакommunikации, изменившего роли создателя и получателя текста, превратив их в соучастников процесса, равноправных партнеров. Фокус исследований смещается от исследования отдельных медиажанров и характеристик текстов, связанных с интернет-техноло-

гиями, к интегративному исследованию всего медийного интернет-пространства на основе общей теории.

Литература

- Алексеева, А. О. (2006). *Новые интерактивные медиа в контексте теорий информационного общества*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М.
- Анненкова, И. В. (2011). *Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ*. М.: Изд-во Московского университета.
- Вартанова, Е. Л. (2001). К чему ведет конвергенция СМИ? В *Развитие информационного общества в России. Т. 1. Теория и практика* (с. 11–14). СПб.: Изд-во СПбГУ.
- Горошко, Е. И., Павлова, Л. В. (2015). Лингвистика новых медиа как один из вызовов лингвистической традиции прошлого. *Вопросы психолингвистики*, 2(24), 43–54.
- Горошко, Е. И. (2014). Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. В Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова (Ред.), *Интернет-коммуникация как новая речевая формация*. 2-е изд., стер. (с. 9–52). М.: ФЛИНТА; Наука.
- Дебрэ, Р. (2010). *Введение в медиологию*. Пер. с фр. М.: Праксис.
- Дзялошинский, И. М., Дзялошинская, М. И. (2014). К вопросу о понятийном аппарате медиаисследований. *Медиаскоп*, 4. Электронный ресурс <http://www.mediascope.ru/1658>.
- Добросклонская, Т. Г. (2008). *Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ*. М.: Флинта.
- Дускаева, Л. Р. (2013). Медиастилистика как ведущее направление медиалингвистических исследований в славянских странах. В С. Г. Корконосенко (Ред.), *Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте*. Мат-лы всерос. научно-практ. конф. (23–24 мая 2013 г.) (с. 37–42). СПб.: филол. ф-т СПбГУ.
- Дускаева, Л. Р., Протопопова, О. В. (2003). Язык сети Интернет. В М. Н. Кожина (Ред.), *Стилистический энциклопедический словарь русского языка* (с. 648–651). М.: Флинта.
- Зиганшина, А. А. (2017). Коллаборативные медиа в цифровой рекламной коммуникации. *Медиаальманах*, 3, 14–20.
- Казак, М. Ю. (2012) Медиатекст: сущностные и типологические свойства. *Глобальный медиажурнал*. Электронный ресурс http://www.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kazak.htm.
- Калмыков, А. А. (2011). Конвергенция — возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности. *Оптимальные коммуникации*. Электронный ресурс <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>.
- Кириллова, Н. Б. (2011). От медиакультуры к медиалогии. *Культурологический журнал*, 4(6), 6–16.
- Колокольцева, Т. Н., Лутовинова, О. В. (Ред.) (2012). *Интернет-коммуникация как новая речевая формация*. 2-е изд., стер. М.: ФЛИНТА; Наука.
- Коммуникативные исследования. Тематический выпуск: Традиционные и новые медиа в современной России*, 2 (2014).
- Компанцева, Л. Ф. (2007). *Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты*. Луганск: Знание.
- Костиков В. Ю. (2017). Продвижение бренда спортивного клуба в жанрах мультимедиа. *Медиаальманах*, 2, 92–102.
- Краснова, Г. А., Гриншкун, В. В., Пыхтина Н. А. (2017). Сетевые медиаресурсы как инструмент рекрутинга иностранных студентов в российские вузы. *Вестник РУДН. Серия: Информатизация образования*, 14(2), 171–179.
- Кудрявцева, Л. А., Иванова, К. А. (2014). Дискурс-анализ медиатекста. *Русский язык, литература, культура в школе и вузе*, 4(58), 22–26.
- Кузнецова, Н. В., Трофимова, О. В. (Ред.). (2009). *Русская речь в интернет-форуме: структура и стилистика текста*. Тюмень: Мандр и К^а.
- Кузнецова, Н. В. (2008). *Структура и стилистика языковых средств в текстах Интернет-форумов*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Тюмень.
- Лутовинова, О. В. (2009). *Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград.
- Маркова, И. (2007). Количество пользователей соцсетей в мире превысило 3 млрд. Электронный ресурс <https://www.searchengines.ru/social-users-3bln.html>.

- Мичурин, Д. С. (2014). *Прецедентный поликодовый текст в вербально-изобразительной коммуникации интернет-сообществ (на материале русскоязычных имидж-форумов)*. Дис. ... канд. филол. наук. Тверь.
- Нестерова, Н. Г. (2015). *Современный радиодискурс (коммуникативно-прагматический аспект)*. Томск: Изд-во Том. ун-та.
- Носовец, С. Г. (2014). СМИ в социальной сети «ВКонтакте»: структурная и содержательная специфика. *Коммуникативные исследования*, 2, 245–255.
- Орлова, О. В. (2012). *Дискурсивно-стилистическая эволюция медиаконцепта: жизненный цикл и моделирующий потенциал*. Дис. ... д-ра филол. наук. Томск.
- Патрушева, Л. С. (2015). *Форум как речевой жанр интернет-дискурса*. Дис. ... канд. филол. наук. Ижевск.
- Пильгун, М. А. (2015). «Transmedia Storytelling»: перспективы развития медиатекста. *Медиаскоп*, 3. Электронный ресурс <http://www.mediascope.ru/1773>.
- Попова, Д. А. (2017). *Способы репрезентации субъектности цифровой личности в жанре интернет-комментария*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Улан-Удэ.
- Попова, Т. И., Вознесенская, И. М. Колесова, Д. В. Савотина, В. М. (2012). *Интернет-пространство: речевой портрет пользователя*. СПб.: Эйдос.
- Пособие по журналистике данных. Официальный сайт РИА Новости. Электронный ресурс http://ria.ru/files/book/_site/введение_2.html.
- Прасолова, Е. В. (2016). *Функционально-стилевые особенности мультимедийной истории как жанра интернет-СМИ*. Дис. ... канд. филол. наук. М.
- Рязанцева, Т. И. (2010). *Гипертекст и электронная коммуникация*. М.: URSS.
- Симакова, С. И. (2014). Дата-журналистика как медиатренд. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*, 2(2), 481–484.
- Сонин, А. Г. (2006). *Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов*. Дис. ... д-ра филол. наук. М.
- Сонин, А. Г. (2005). *Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект*. М.: Ин-т языкознания РАН.
- Стройков, С. А. (Ред.) (2011). *Гипертекст как объект лингвистического исследования*. Мат-лы II Междунар. конф., 18–20 октября 2011 г. Самара: ПГСГА.
- Сурина, А. В. (2005). Интернет как новое средство коммуникации. В М. И. Панов, Л. Е. Тумина (Ред.), *Эффективная коммуникация: история, теория, практика. Словарь-справочник* (с. 871–873). М.: КРПА Олимп.
- Трофимова, Г. Н. (2004). *Языковой вкус интернет-эпохи в России: функционирование русского языка в интернете: концептуально-сущностные доминанты*. М.: Изд-во РУДН.
- Усачева, О. Ю. (2011). *Анализ дискурса диалогической коммуникации в интернете*. М.: Изд-во МГОУ.
- Хелемендик, В. С. (2013). Конвергенция как современная форма взаимодействия СМИ. *Проблемы современного образования*, 3, 106–123.
- Чекунова, М. А. (2017). Языковые и стилистические особенности политико-административного сетевого медиадискурса. *Медиаальманах*, 4. Электронный ресурс <http://www.mediaalmanah.ru/archive/>.
- Черненко, Ю. А. (2017). Политический сторителлинг в условиях новой экологии медиа. *Медиаальманах*, 2, 12–19.
- Шестеркина, Л. П. (Ред.) (2017). *Социальные медиа как ресурс интегрированных коммуникативных практик*. Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ.
- Шилина, М. Г. (2013). Интернет и Рунет: новые направления и тенденции медиаисследований. В С. Г. Корконосенко (Ред.), *Российские исследования массмедиа и журналистики в международном контексте*. Мат-лы всерос. научн.-практ. конф. (23–24 мая 2013 г.) (с. 136–140). СПб.: филол. ф-т СПбГУ.
- Шилина, М. Г. (2011). Интернет-коммуникация и теоретические аспекты исследований массмедиа. *Медиаскоп*, 4. Электронный ресурс <http://www.mediascope.ru/node/972>.
- Шилина, М. Г. (2017). Медиавизуалистика в парадигме big data и virtual reality. *Медиаальманах*, 1, 12–24.
- Шилина, М. Г. (2014). Медиатекст в интернете: теоретико-методологические подходы к исследованию. *Медиатекст: технологии воздействия. IV междунар. науч.-практ. интернет-конф.* Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет.
- Щепилова, Г. Г. (2012). Поведение пользователей Facebook: исследовательский проект. *Медиаскоп*, 4. Электронный ресурс <http://www.mediascope.ru/node/1220>.

- Щипицина, Л. Ю. (2010). *Компьютерно-опосредованная коммуникация: лингвистический аспект анализа*. М.: КРАСАНД.
- Щурина, Ю. В. (2010). Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации. *Вестник Новгородского государственного университета*, 57, 82–86.
- Ярцева, С. С. (2011). *Колумнистика: история возникновения и перспективы развития*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж.
- Herring, S. C. (2013). Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured, and emergent. In D. Tannen & A. M. Tester (Eds.), *Georgetown University Round Table on Languages and Linguistics 2011: Discourse 2.0: Language and new media* (pp. 1–25). Washington, DC: Georgetown University Press. Prepublication version. Retrieved from <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/GURT.2011.prepub.pdf>.
- Herring, S. C. (2014a). Language and the Internet. In W. Donsbach (Ed.), *The concise encyclopedia of communication*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell. Prepublication version. Retrieved from <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/concise.pdf>.
- Herring, S. C. (2014b). Research: Computer-mediated communication. *ASIS&T Bulletin*, 40(3). Retrieved from http://www.asis.org/Bulletin/Feb-14/FebMar14_Herring.html.
- Herring, S. C. (2015). New frontiers in interactive multimodal communication. In A. Georgopoulou, T. Spilloti (Eds.), *The Routledge handbook of language and digital communication*. London: Routledge. Retrieved from <http://info.ils.indiana.edu/~herring/hldc.pdf>.
- Lemke, Jay L. (2012). Multimedia and discourse analysis. In J. P. Gee, M. Handford (Eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis* (pp. 79–90). New York: Routledge.
- Löwgren, J., Reimer, B. (2013). *Collaborative Media: production, consumption, and design interventions*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Zerfass, A. (Eds.). (2016) Explaining trends in big data, stakeholder engagement and strategic communication. *European Communication Monitor* — 2016. Berlin: Quadriga Media.

Статья поступила в редакцию 15 мая 2018 г.;
рекомендована в печать 28 июля 2018 г.

Контактная информация:

Попова Татьяна Игоревна — д-р филол. наук, проф.; t.popova@spbu.ru

The actual trends of media Internet space researches

T. I. Popova

St. Petersburg State University,
11, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Popova, T. I. (2018). The actual trends of media Internet space researches. *Media Linguistics*, 5 (3), 258–272. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.301> (In Russian)

The article is devoted to the main linguistic directions of media Internet space. The boundaries of the object of study are defined, including hypermedia — which uses various means to deliver content simultaneously (offline and online), and the TransMedia — new media (social networks). The major features of Internet media text, primarily focused on by researchers are described: hypertextuality, multimedia, interactivity, synchronous/asynchronous communication, polysubject. The development of the theoretical apparatus of media studies is shown, the interdisciplinary nature of such disciplines as media linguistics, internet linguistics, mediology is revealed. The integrative nature of media text research methods is noted. The aim is to determine the current perspectives of research of media online text. The researches in the sphere of convergent genres that have emerged at the contact point of different genres and channels of communication are considered to be the most relevant. Transmedia storytelling is considered to become a perspective trend of media text development. The main advantage of transmedia storytelling is the opportunity to create a polyphonic communication net, to

engage the consumer in the active interaction, create a mixed reality, combining online and offline communications. The author comes to the conclusion that methodological preconditions for integrative interdisciplinary research of modern media that constitute a new communication format based on collaboration (multi-subject characteristics, active participation of users in content creation) and journalistic of data using all the features of multimedia are currently established. The focus of modern research of the media Internet space is shifting from the study of individual media genres and characteristics of texts related to Internet technologies to the integrative study of the entire media Internet space on the basis of the General theory. The modern study of media text is based on the analysis of all aspects of the multimedia interactive process of media communication.

Keywords: media text, media linguistics, Internet linguistics, mediology, integrative approach.

References

- Alekseeva, A. O. (2006). *Novye interaktivnye media v kontekste teorii informatsionnogo obshchestva* [New interactive media in the context of theories of the information society]. Thesis candidate ... filol. of sciences. Moscow (In Russian)
- Annenkova, I. V. (2011). *Mediadiskurs XXI veka. Lingvofilosofskii aspekt iazyka SMI* [The media discourse of the XXI century. Linguistics and philosophical aspect of the media language]. Moscow: Izd-vo Moscovskogo un-ta. (In Russian)
- Chekunova, M. A. (2017). Yazykovye i stilicheskie osobennosti politiko-administrativnogo setevogo mediadiskursa [Linguistic and stylistic features of the political and administrative network of media discourse]. *Mediaalmanax* [Mediaalmanax], 4. Retrieved from <http://www.mediaalmanah.ru/archive/>. (In Russian)
- Chernenko, Yu. A. (2017). Politicheskii storitelling v usloviiax novoi ekologii media [Political storytelling in the new media ecology]. *Mediaalmanax* [Mediaalmanax], 2, 12–19. (In Russian)
- Debre, R. (2010). *Vvedenie v mediologiiu* [Introduction to mediologies]. Transl. from French. Moscow: Praxis. (In Russian)
- Dobrosklonskaya, T. G. (2008). *Medialingvistika: sistemnyi podkhod k izucheniiu iazyka SMI* [Media linguistics: systematic approach to the study of media language]. Moscow: Flinta. (In Russian)
- Duskaeva, L. R. (2013). Mediastilistika kak veduschhee napravlenie medialingvisticheskikh issledovaniy v slavianskikh stranax [Media stylistics as a mainstream of media linguistics studies in the Slavic countries]. In S. G. Korkonosenko (Eds.), *Rossiiskie issledovaniya massmedia i zhurnalistiki v mezhdunarodnom kontekste* [Russian study of mass media and journalism in international context]. Issue Russian science and practice Conf. (23–24 may 2013) (pp. 37–42). St. Petersburg: Filol. faculty SPbSU. (In Russian)
- Duskaeva, L. R., Protopopova, O. V. (2003). Iazyk seti Internet [The language of the Internet]. In M. N. Kozhina (Eds.), *Stilicheskie entsiklopedicheskie slovar' russkogo iazyka* [Stylistic encyclopedic dictionary of Russian language] (pp. 648–651). Moscow: Flinta. (In Russian)
- Dzhaloshinskij, I. M., Dzhaloshinskaya, M. I. (2014). K voprosu o poniatiiom apparate mediaissledovaniy [To the issue of conceptual apparatus of media studies]. *Mediaskop* [Mediascope], 4. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/1658>. (In Russian)
- Goroshko, E. I. (2014). Sovremennaya internet-kommunikatsiia: struktura i osnovnye parametry [Modern Internet communication: structure and basic parameters]. In T. N. Kolokolceva, O. V. Lutovinova (Eds.), *Internet-kommunikatsiia kak novaia rechevaia formatsiia* [Internet communication as a new verbal formation]. 2nd ed. (pp. 9–52). Moscow: FLINTA; Nauka. (In Russian)
- Goroshko, E. I., Pavlova, L. V. (2015). Lingvistika novykh media kak odin iz vyzovov lingvisticheskoi traditsii proshlogo [New media Linguistics as one of the challenges to the linguistic traditions of the past]. *Voprosy psikholingvistiki* [Issues of psycholinguistics], 2 (24), 43–54. (In Russian)
- Herring, S. C. (2013). Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured, and emergent. In D. Tannen & A. M. Tester (Eds.), *Georgetown University Round Table on Languages and Linguistics 2011: Discourse 2.0: Language and new media* (pp. 1–25). Washington, DC: Georgetown University Press. Prepublication version <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/GURT.2011.prepub.pdf>.
- Herring, S. C. (2014). Language and the Internet. In W. Donsbach (Ed.), *The concise encyclopedia of communication*. Oxford, UK: Wiley-Blackwell. Prepublication version. Retrieved from <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/concise.pdf>.

- Herring, S. C. (2014). Research: Computer-mediated communication. *ASIS&T Bulletin*, 40(3). Retrieved from http://www.asis.org/Bulletin/Feb-14/FebMar14_Herring.html.
- Herring, S. C. (2015). New frontiers in interactive multimodal communication. In A. Georgopoulou, T. Spilloti (Eds.), *The Routledge handbook of language and digital communication*. London: Routledge. Retrieved from <http://info.ils.indiana.edu/~herring/hldc.pdf>.
- Kalmykov, A. A. (2011). Konvergentsiia — vozmozhnost' universal'nogo zhurnalizma v ramkakh professional'noi identichnosti [Convergence — the possibility of universal journalism as part of the professional identity]. *Optimalnye kommunikatsii [Optimum communication]*. Retrieved from <http://jarki.ru/wpress/2011/04/28/2198/>. (In Russian)
- Kazak, M. Yu. (2012). Mediatekst: suschnostnye i tipologicheskie svoistva [Media text: ontological and typological properties]. *Globalnyi mediazhurnal [Global megajournal]*. Retrieved from http://www.gmj.sfedu.ru/v2i1/v2i1_kazak.htm. (In Russian)
- Khelemendik, B. C. (2013). Konvergentsiia kak sovremennaia forma vzaimodeistviia SMI [Convergence as a modern form of media interaction]. *Problemy sovremennogo obrazovaniia [Problems of modern education]*, 3, 106–123. (In Russian)
- Kirilova, N. B. (2011). Ot mediakul'tury k medialogii [From media culture to media studies]. *Kul'turologicheskii zhurnal [Cultural studies journal]*, 4(6), 6–16. (In Russian)
- Kolokolceva, T. N., Lutovinova, O. V. (Eds.). (2012). Internet-kommunikatsiia kak novaia rechevaia formatsiia [Internet communication as a new verbal formation]. Moscow: FLINTA; Nauka. (In Russian)
- Kommunikativnye issledovaniia. Tematicheskii vypusk: Traditsionnye i novye media v sovremennoi Rossii [Communication research. Special issue: Traditional and new media in contemporary Russia]*, 2. (2014). (In Russian)
- Kompantseva, L. F. (2007). *Internet-kommunikatsiia: kognitivnopragmaticheskii i lingvokul'turologicheskii aspekty [Internet communication: cognitive and pragmatical, linguistics and cultural aspects]*. Lugansk: Znaniye. (In Russian)
- Kostikov, V. Yu. (2017). Prodvizhenie brenda sportivnogo kluba v zhanrax multimedia [Promotion of the brand of the sports club in the genres of multimedia]. *Mediaalmanakh [Media almanac]*, 2, 92–102. (In Russian)
- Krasnova, G. A., Grinshkun, V. V., Pyxtina, N. A. (2017). Setevye media-resursy kak intstrument rekrutirovaniia inostrannykh studentov v rossiiskie vuzy [Network media resources as a tool for recruitment of foreign students to Russian universities]. *Vestnik RUDN. Seriya: Informatizatsiia obrazovaniia [Bulletin RUDN. Series: Informatization of education]*, 14(2), 171–179. (In Russian)
- Kudryavceva, L. A., Ivanova, K. A. (2014). Diskurs-analiz mediateksta [Discourse analysis of media text]. *Russkii iazyk, literatura, kul'tura v shkole i vuze [Russian language, literature, culture in school and university]*, 4(58), 22–26. (In Russian)
- Kuznecova, N. V. (2008). *Struktura i stilistika iazykovykh sredstv v tekstakh Internet-forumov [The structure and style of language means in Internet forums texts]*. Thesis dis. kand. filol. sciences. Tiumen. (In Russian)
- Kuznetsova, N. V., Trofimova, O. V. (Eds.). (2009). *Russkaia rech v internet-forume: struktura i stilistika teksta [Russian language at Internet forum: the structure and style of the text]*. Tiumen: Mandr i K^a. (In Russian)
- Lemke, Jay L. (2012). Multimedia and discourse analysis. In J. P. Gee, M. Handford (Eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis* (pp. 79–90). New York: Routledge.
- Lutovinova, O. V. (2009). *Lingvokul'turologicheskie kharakteristiki virtual'nogo diskursa [Linguistic and cultural characteristics of virtual discourse]*. Thesis dis. kand. filol. sciences. Volgograd. (In Russian)
- Löwgren, J., Reimer, B. (2013). *Collaborative Media: Production, consumption, and design interventions*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Markova, I. (2007). Kolichestvo pol'zovatelei sotssetei v mire prevysilo 3 mlrd. [The Number of users of social networks in the world exceeded 3 billion]. Retrieved from <https://www.searchengines.ru/social-users-3bln.html>. (In Russian)
- Michurin, D. S. (2014). *Pretsedentnyi polikodovyi tekst v verbal'no-izobrazitel'noi kommunikatsii internet-soobschestv (na materiale russkoiazychnykh imidzh-forumov) [Precedent multicode text in verbal and visual communication, online communities (on the material of Russian-speaking image forums)]*. Thesis ... kand. filol. sciences. (In Russian)
- Nesterova, N. G. (2015). *Sovremennyi radiodiskurs (kommunikativno-pragmaticheskii aspekt) [Modern radio discourse (communicative and pragmatic aspect)]*. Tomsk: Izd-vo Tom.un-ta. (In Russian)
- Nosovets, S. G. (2014). SMI v social'noi seti «Vkontakte»: strukturnaia i sodержatel'naia spetsifika [Media in the social network “Vkontakte”: structure and content specificity]. *Kommunikativnye issledovaniia [Communication research]*, 2, 245–255. (In Russian)

- Orlova, O.V. (2012). *Diskursivno-stilisticheskaia evoliutsiia mediakontsepta: zhiznennyi tsikl i miromodeliruiuschii potentsial* [Discursive and stylistic evolution of media concept: life cycle and world modeling potential]. Thesis ... kand. filol. sciences. Tomsk. (In Russian)
- Patrusheva, L.S. (2015). *Forum kak rechevoi zhanr internet-diskursa* [The forum as a speech genre of Internet discourse]. Thesis ... kand. filol. sciences. Izhevsk. (In Russian)
- Pilgun, M.A. (2015). «Transmedia Storytelling»: perspektivy razvitiia mediateksta [“Transmedia Storytelling”: the prospects for the development of media text]. *Mediascope* [Mediascope], 3. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/1773>. (In Russian)
- Popova, D.A. (2017). *Sposoby reprezentatsii sub'ektnosti tsifrovoi lichnosti v zhanre internet-kommentariia* [The ways of representation of the digital personality subjectivity in the online review genre]. Thesis ... dis. kand. filol. sciences. Ulan-Ude. (In Russian)
- Popova, T.I. (Eds.), Voznesenskaia, I.M., Kolesova, D.V., Savotina, V.M. (2012). *Internet-prostranstvo: rechevoi portret pol'zovatelya* [Internet space: a voice user's profile]. (Collective monograph). St. Petersburg: Eydos. (In Russian)
- Posobie po zhurnalistike dannykh. Ofitsial'nyi sait RIA Novosti [The data journalism handbook: the Official website of RIA Novosti]. Retrieved from http://ria.ru/files/book/_site/vvedenie_2.html. (In Russian)
- Prasolova, E.V. (2016). *Funktional'no-stilevyie osobennosti mul'timediinoi istorii kak zhanra internet-SMI* [Functional and stylistic peculiarities of multimedia story as an online media genre]. Thesis ... kand. filol. sciences. Moscow. (In Russian)
- Riazantseva, T.I. (2010). *Gipertekst i elektronnaia kommunikatsiia* [Hypertext and electronic communication]. Moscow: URSS. (In Russian)
- Schepilova, G.G. (2012). Povedenie pol'zovatelya Facebook: issledovatel'skii proekt [The behavior of the Facebook users: a research project]. *Mediascope* [Mediascope], 4. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/node/1220>. (In Russian)
- Schipitsina, L.Iu. (2010). *Komp'iuterno-oposredovannaia kommunikatsiia: Lingvisticheskie aspekt analiza* [Computer mediated communication: Linguistic aspect of the analysis]. Moscow: KRASAND. (In Russian)
- Schurina, Iu. V. (2010). Komicheskie kreolizovannye teksty v internet-kommunikatsii [Comic creolized texts in the Internet communication]. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Novgorod State University], 57, 82–86. (In Russian)
- Shesterkina, L.P. (Eds.). (2017). *Sotsialnye media kak resurs integrirovannykh kommunikativnykh praktik* [Social media as a resource integrated communication practices]. Chelyabinsk: Izdatel'skiy tsentr YuUrGU. (In Russian)
- Shilina, M.G. (2013). Internet i Runet: novye napravleniia i tendentsii mediaissledovaniia [The Internet and the Runet: new trends in media and communication studies]. In S.G. Korkonosenko (Eds.), *Rossiiskie issledovaniia massmedia i zhurnalistiki v mezhdunarodnom kontekste* [Russian study of mass media and journalism in international context]. Issue Russian science and practice Conf. (23–24 may 2013) (pp. 136–140). St. Petersburg: Filol. faculty SPbSU. (In Russian)
- Shilina, M.G. (2011). Internet-kommunikatsiia i teoreticheskie aspekty issledovaniia mass-media [Internet communication and theoretical aspects of mass media research]. *Mediascope* [Mediascope], 4. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/node/972>. (In Russian)
- Shilina, M.G. (2017). Mediavizualistika v paradigme big data i virtual reality [Mediavizuals in the paradigm of big data and virtual reality]. *Mediaalmanakh* [Media almanac], 1, 12–24. (In Russian)
- Shilina, M.G. (2014). Mediatekst v internete: teoretiko-metodologicheskie podkhody k issledovaniiu [Media text on the Internet: theoretical and methodological approaches to research]. *Mediatekst: tekhnologii vozdeistviia. IV mezhdunarodnaia nauchno-prakticheskaia internet-konferentsiia* [Media text: the impact of technology. IV international scientific and practical Internet-conference]. Stavropol': Severo-Kavkazskii federalnyi universitet. (In Russian)
- Simakova, S.I. (2014). Data-zhurnalistika kak mediatrend [Data journalism as media trend]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I.Lobachevskogo* [Bulletin of N.I.Lobachevskii Nizhegorodskii university], 2(2), 481–484. (In Russian)
- Sonin, A.G. (2006). *Modelirovanie mekhanizmov ponimaniia polikodovykh tekstov* [Mechanisms of understanding multicode texts modeling]. Thesis ... kand. filol. sciences. Moscow. (In Russian)
- Sonin, A.G. (2005). *Ponimanie polikodovykh tekstov: kognitivnyi aspekt* [Multicode texts understanding: cognitive aspect]. Moscow: Institute of linguistics. (In Russian)
- Strojkov, S.A. (Eds.). (2011). *Gipertekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniia* [Hypertext as an object of linguistic research]. Proceedings of the II International conference, 18–20 October 2011. Samara: PGSGA. (In Russian)

- Surin, A. V. (2005). Internet kak novoe sredstvo kommunikatsii [The Internet as a new means of communication]. In M. I. Panov (Eds.), L. E. Tumina, Effektivnaia kommunikatsiia: istoriia, teoriia, praktika [Effective communication: history, theory, practice]. Dictionary (pp. 871–873). Moscow: KRPA Olimp. (In Russian)
- Trofimova, G. N. (2004). *Iazykovoii vkus internet-epokhi v Rossii: Funktsionirovanie russkogo iazyka v internete: kontseptual'no-suschnostnye dominanty* [Language taste of the Internet age in Russia: the Russian language functioning in the Internet: conceptual and ontological dominant]. Moscow: Izd-vo RUDN. (In Russian)
- Usacheva, O., Yu. (2011). *Analiz diskursa dialogicheskoi kommunikatsii v internete* [Dialogic communication on the Internet discourse analysis]. Moscow: Izd-vo MGOU. (In Russian)
- Vartanova E. L. (2001). K chemu vedet konvergentsiia SMI? [What is convergence of media?] In *Razvitie informatsionnogo obschestva v Rossii. T. 1. Teoriia i praktika* [Development of information society in Russia. Vol. 1. Theory and practice] (pp. 11–14). St. Petersburg: Izd-vo S.-Peterb. un-ta. (In Russian)
- Iartseva, S. S. (2011). *Kolumnistika: istoriia vozniknoveniia i perspektivy razvitiia* [Column journalism: history and prospects]. Thesis ... dis. kand. filol. sciences. Voronezh. (In Russian)
- Zerfass, A. (Eds.) (2016). Explaining trends in big data, stakeholder engagement and strategic communication. European Communication Monitor — 2016. Berlin: Quadriga Media.
- Ziganshina, A. A. (2017). Kollaborativnye media v tsifrovoi reklamnoi kommunikatsii [Collaborative media in the digital advertising communications]. *Mediaalmanakh* [Media almanac], 3, 14–20. (In Russian)

Received: May 15, 2018

Accepted: July 28, 2018

Author's information:

Tatiana I. Popova — Dr. Sci. in Philology, Professor; t.popova@spbu.ru