

УДК 81'11.33

Ахренова Н.А.

*Государственный социально-гуманитарный университет
140410, Московская область, г. Коломна, ул. Зеленая, д. 30*

ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРС КАК ГИПЕРТЕКСТ

Аннотация. Статья посвящена изучению интернет-дискурса с точки зрения его гипертекстуальности. Автор обобщает обширный массив источников по проблеме гипертекста, креолизованного текста, выделяет отличия гипертекста от текста, описывает отличительные черты феноменов «дискурс» и «гипертекст». Сделан вывод о том, что интернет-дискурс правомерно считать гипертекстом, а к его исследованию можно применять методы синтеза и анализа гипертекста. Параллельно текстовым дискурсам успешно существуют гипертекстовые дискурсы. Считать интернет-дискурс гипертекстом представляется возможным благодаря соблюдению в основе его функционирования следующих принципов: 1) глобальность; 2) общедоступность (как для просмотра, так и для участия в создании гипертекста и дискурса); 3) автоматизм запуска глобальных гипертекстовых связей между элементами содержания информации.

Ключевые слова: интернет-дискурс, текст, гипертекст, интернет-лингвистика, интернет-коммуникация.

N. Akhrenova

*Moscow State University of Social Studies and Humanities
140410, Moscow Region, Kolomna, Zelenaya, 30*

INTERNET-DISCUSSURE AS A HYPERTEXT

Abstract. The article is devoted to the study of the internet-discourse from the point of view of a hypertext. The author analyses a sufficient number of sources devoted to the problem of hypertext, and of creolized text. Distinctive features of the phenomena "discourse" and "hypertext" are described. The author concludes that the internet-discourse can rightfully be considered a hypertext. Besides, the methods of the analyzing and synthesizing a hypertext can be applied to the analysis and synthesis of the internet-discourse. Hypertext discourses exist in parallel with text discourses. The following principles enable us to consider the internet-discourse to be a hypertext, among them: 1) globality, 2) accessibility (both for scanning and for participating in creating a hypertext and discourse); 3) automatism of initiating global hypertext ties between the elements of the information contents.

Key words: internet-discourse, text, hypertext, internet-linguistics, internet communication.

Гипертекстуальность интернет-дискурса, по нашему мнению, необходимо описывать, принимая четыре основные характеристики интернет-дискурса: 1) гипертекстуальность; 2) интерактивность (в интернете всё связано, создано на основе законов обратной связи, когда информация получается, обрабатывается и пользователь мгновенно получает отклик на свой запрос или действие; 3) виртуальность («эфемерность», «не материальность» пространства, в котором существует интернет-дискурс, которое часто противопоставляется пространству реальному); 4) анонимность, особенно характерная для начальных годов становления интернет-коммуникации и интернет-дискурса.

Безусловно, упомянутые выше черты имеют глубокие и прочные корни в истории различных видов общения «докомпьютерной эры». Основным отличием этих характеристик сегодня можно назвать то, что в процессе интернет-коммуникации они резко усилились и более ярко обозначились.

Ключевой особенностью виртуальной реальности справедливо считают измененные условия для коммуникации, а точнее взаимодействия людей в интернет-среде, в частности, на языковом уровне. Несмотря на футуристичное представление интернет-пространства как некоего живого организма, работающего без вмешательства извне, отрицать роль внешней реальности преждевременно. Виртуальная реальность может существовать только при условии активной человеческой деятельности по его конструированию, популяризации, развитию и распространению. Следовательно, бесспорным является и тот факт, что оно само по себе является плодом реального, живого, человеческого мышления, воплощённого в тексте, который совмещает в себе не только вербальное высказывание, но и различные лингвокреативные поликодовые элементы, способствующие высокой степени креолизации текстов.

Однако ключевое для интернет-дискурса понятие – гипертекст – получило совершенно новое звучание именно с приходом интернета. Гипертекст является своеобразным фундаментом, на котором базируется интернет-дискурс, который делает его единым пространством как с точки зрения лингвистики, так и с точки зрения технологий. Он обеспечивает взаимосвязь всего корпуса текстов, составляющих интернет-дискурс, что превращает, казалось бы, разрозненную информацию (сообщения, статьи, видео, аудио, социальные сети, чаты, форумы и т.д.) в единое целое. По нашему мнению, именно признак гипертекстуальности является ключевым для интернет-дискурса, делая его единым при помощи гиперссылок. Гипертекст может быть подвергнут многочисленным трансформациям. Гиперссылки обеспечивают возможность выстраивать информацию «отрезками», с одной стороны, взаимосвязанными, а с другой – относительно независимыми

друг от друга. Разнообразные направления развития сюжета способствуют тому, чтобы все участники коммуникации приняли участие в создании и продвижении гипертекста.

Изначально разработка проблематики гипертекста велась главным образом в прикладной компьютерной лингвистике при обсуждении проблем представления знаний средствами естественного языка [3, с. 11–38]. Дальнейшее, более глубокое, изучение гипертекста продолжилось с появлением и активным вхождением в жизнь информационно-коммуникационных технологий и интернета. Как уже говорилось выше, сегодня в нашем сознании гипертекст и интернет-дискурс – понятия неразделимые.

Однако гипертекст и интернет-дискурс – это понятия разного уровня организации интернет-коммуникации. Так, гипертекст относится к структуре текста и к особенностям (часто техническим) его функционирования, а интернет-дискурс ассоциируется с самой коммуникацией со всеми её прагматическими характеристиками и установками.

Понятие гипертекст можно трактовать и как подтекст, т.е. «некоторый нелинейно организованный объём информации (вербальной и невербальной), состоящей из отдельных частей, связанных между собой в сеть посредством определённых связей (гиперссылок), и как текст/фрагмент текста, части которого имеют маркированные ссылки на другие фрагменты или тексты» [11, с. 94]. Общеизвестно, что основными структурными элементами гипертекста являются узлы и ссылки. Узел – «линеаризованный отрезок гипертекста, своего рода отдельная глава» [14, с. 119]. Ссылки – «отрезки текста (отдельные слова, словосочетания, предложения и т.д.), выполняющие функции гипертекстовой связи. Переход по ссылке осуществляется путём нажатия мышью на маркированную область текста. В этом случае пользователь обращается к содержанию другого текста, связанного с данным по смыслу» [14, с. 119].

Традиционно выделяют следующие свойства гипертекста: 1) состоит из отдельных, потенциально автономных фрагментов (частей текста), часто тематически разнородных и расположенных нелинейно, т.е. на разных веб-страницах; 2) лексическая и синтаксическая связь элементов, характеризующих обычный линейный текст, обнаруживается только в пределах одного фрагмента гипертекста; 3) между собой текстовые фрагменты чаще всего объединены тематической связью [8; 9]. Именно автономность, смысловая завершенность и нелинейное расположение частей отличают логическую структуру гипертекста от традиционного линейного текста. Описывая подлинный гипертекст, достаточно сложно говорить о его начале и конце. Он не завершен, поэтому открыт для правок, дополнений, при этом сохраняет свой смысл. Гипертекст динамичен и отличается большей полнотой инфор-

мации, чем обычный «бумажный» текст. Благодаря этим характеристикам, гипертекст может быть создан несколькими авторами. Подобная особая логическая структура гипертекста осложняет последовательность изложения и аргументации своей мысли автором. Как ранее, так и теперь только линейный текст строится в соответствии со строгой логикой, обладает законченностью. По мнению М.И. Откупщиковой, возможность менять зафиксированную автором последовательность предложений того или иного текста без изменения смысла очень ограничена [14, с. 28]. Именно поэтому определены условия опубликования в Сети различных типов текстов. Так, например, научные статьи чаще всего размещаются он-лайн без сегментации. Важным является тот факт, что гипертекст активно использует различные знаковые системы, образуя тем самым своего рода текст-гибрид, называемый в лингвистике креолизованным, т.е. текст, фактура которого состоит из двух неоднородных частей: вербальной и невербальной.

О.И. Максименко пишет: «Умберто Эко в широко известной публичной лекции, прочитанной на экономическом факультете МГУ, говорил, что после изобретения печати преобладал линейный способ мышления, но с конца 1960-х гг. ему на смену пришло более глобальное восприятие – гиперцепция – через образы телевидения и другие электронные средства. <...> Теперь стало очевидным, что наша цивилизация становится, в первую очередь, «image-oriented», ориентированной на зрительный образ, что, по мнению У. Эко, высказанному тринадцать лет назад, ведёт к упадку грамотности» [11].

В речевом отношении креолизованный, или поликодовый [2; 11] текст представляется сложным неоднородным образованием, в котором вербальные и лингвокреативные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, целью которого является комплексное прагматическое воздействие на адресата [1, с. 17]. Необходимо отметить, что на данный момент ещё не существует единого мнения по поводу термина для именованного данного типа текстов [10]. Так, сегодня мы можем увидеть следующие термины: семиотически осложнённый текст, видеовербальный текст, составной текст, контаминированный текст, поликодовый текст, креолизованный текст [10]. Однако независимо от термина в основу структуры подобных текстов включены паралингвистические средства, такие как графическая сегментация, шрифтовой и цветовой набор, типографские знаки, рисунки, фотографии, таблицы, схемы, креативное написание [1, с. 71]. Они также могут быть использованы в гипертексте (в том числе в Интернете). Но кроме этого присоединяется аудио-, теле- и видеoinформация. Информация такого рода получила название мультимедийность. Однако оба понятия – гипертекст и креолизованный текст – не являются взаимозаменяемыми, а представляют собой два разных феноме-

на, так как креолизованный текст всего лишь составная часть гипертекста, которая организована по его функциональным и структурным принципам, но имеет дополнительную «паралингвистическую активность» [1].

Мы согласны с лингвистами, которые утверждают, что сегодня к двум элементам *текст* – *дискурс* прибавляется ещё и третий элемент – гипертекст. В результате получилась триада: текст – дискурс – гипертекст.

Считать интернет-дискурс гипертекстом нам позволяет соблюдение в основе его функционирования следующих принципов: 1) глобальность; 2) общедоступность (как для просмотра, так и для участия в создании гипертекста и дискурса); 3) автоматизм запуска глобальных гипертекстовых связей между элементами содержания информации.

Традиционно выделяют следующие общие черты феноменов «дискурс» и «гипертекст»:

1. Их интерактивный характер: дискурс всегда представляет собой взаимодействие, диалог коммуникантов; гипертекст, благодаря своему бытованию в интернете, где ведущей деятельностью считается интеракция, служит, прежде всего, для синхронной коммуникации, а не для долговременного хранения информации.

2. Ограничение временными рамками: дискурс как живая коммуникация и гипертекст, существующие в Сети, имеют недолгий срок существования.

3. Коллективное авторство: дискурс является полилогом, всегда существует несколько авторов. Гипертекст так же, как и дискурс, характеризуется собирательным образом своего автора.

4. Дискурс – тематически направлен, т.е. ограничен рамками определённой темы, текстуальное общение, как правило, протекает в чатах, группах и т.д. по заданной тематике.

5. Динамический характер: оба явления – гипертекст и дискурс – не считаются статичными, каноничными по форме. Также они представляют открытую коммуникативную систему, что предполагает возможность введения добавочных аргументов и проявление ответных реакций со стороны участников [2; 4; 8; 9; 15].

6. Интертекстуальность: в дискурсе и гипертексте происходит своеобразное размывание границ, в результате чего оба эти феномена лишаются законченности и открытости, становятся внутренне не однородными и множественными. В дискурсе и гипертексте явно выражены такие признаки интертекстуальности, как: децентрированность, множественность, цитатность, аллюзивность, деперсонализация автора. Достаточно вспомнить о том факте, что основу языка *html* составляют ссылки на существующие ранее источники, которые принято считать цитатами.

Также к различиям между дискурсом и гипертекстом мы можем отнести следующие аспекты:

1. Разные формы существования: гипертекст может существовать только в письменном виде, а дискурс может существовать ещё и в устном виде. Именно благодаря интернет-дискурсу зародился устно-письменный тип дискурса, который очень тесно связан с понятием гипертекст.

2. Различные возможности для определения авторства: в гипертексте авторство в некоторых случаях сложно определяемо, а в коммуникативных дискурсах авторы чаще всего известны благодаря никам и аватарам, хотя подобную самопрезентацию можно считать субъективной. Однако и это отличие опровергается в рамках интернет-дискурса.

3. Разная степень фиксации порядка следования текстовых элементов: тематические элементы гипертекста могут следовать в произвольной последовательности, а в дискурсе логическая структура, развитие и хронология чаще регламентированы конвенциональными правилами, хотя в него могут вкрапляться и чуждые тематические фрагменты, обусловленные отклонением участников от темы разговора; проблематичность достижения желаемого коммуникативного эффекта в условиях гипертекста вследствие возможного произвольного прочтения текстовых фрагментов участниками. Учитывая сложность аргументирования, гипертекст оформляется авторами по особым правилам. Авторы пытаются заставить читателя продолжить чтение и вступить в коммуникацию, поэтому в пунктах перехода читателя к новым фрагментам языка часто становится достаточно «жестким»: используются средства побуждения (вводятся формы императива, императивного инфинитива, обстоятельства времени, образа действия). В дискурсе вовлечённость участников в дальнейшую коммуникацию может быть осуществлена непосредственно, например, за счёт использования экстралингвистических (мимика, жесты) и паралингвистических средств оформления речи (интонация, пауза в речи) [2; 4; 8; 9; 15]. В интернет-дискурсе экстралингвистические факторы компенсируются пунктуацией, пиктограммами и смайликами.

4. В отличие от коммуникативных дискурсов, в гипертексте практически невозможна обратная связь. В дискурсе реакции синхронны с актом коммуникации и проявляются живо и естественно.

5. Актуальность страниц гипертекста определяет прагматическую организацию интернет-дискурса.

6. Мы согласны с мнением Л.Ф. Компанцевой о том, что интернет-дискурс – фактическое коммуникативное событие, а гипертекст – инструмент фиксации в интернет-коммуникации этого коммуникативного события или ситуации [9, с. 63].

7. Как уже упоминалось ранее, гипертекст является частью интернет-дискурса, формируется на его основе и в соответствии с потребностями интернет-дискурса.

8. По причине того, что автор и реципиент сами конструируют структуру гипертекста, руководствуясь коммуникативной целесообразностью его создания, а дискурс является более самостоятельным образованием.

Несмотря на то, что уже установилось понятие третьей формы дискурса – устно-письменный дискурс, мы не можем отрицать тот факт, что основным способом хранения и передачи информации в Сети является письменный текст.

Можно отнести интернет-дискурс к категории гипертекстуальных дискурсов, т.к. его пространство складывается как структурированное объединение множества взаимосвязанных и взаимопроникающих дискурсов (политического, рекламного, бытового, художественного, научного, спортивного, экономического, юридического, научно-популярного, игрового и т.д.), которые используются в соответствующих коммуникативных областях и отражают разные когнитивные сферы.

Основной отличительной чертой гипертекста в рамках интернет-дискурса является взаимодействие разных типов дискурса, т.е. целенаправленное скрещивание текстов разных тематических полей. Таким образом, в сознание адресата откладывается как нейтральная информация, так и прагматически ценная для автора. Смысловые сферы в гипертекстах так же переплетены, как это происходит и в реальности. В интернете одновременно контактируют несколько самостоятельных когнитивных сфер. Так, интернет создаёт некую реальность, моделируя жизнь в электронном виде, поэтому в гипертекстах, созданных в рамках интернет-дискурса, отражены все аспекты нашего существования: бытовые, социальные, культурные, экономические и т.д.

Практически каждая веб-страница – это гипертекст. Поисковые и почтовые системы, электронные СМИ, такие, как «Яндекс», «Рамблер», Mail.ru, «Газета.ру» и т.д., а также социальные сети, сайты знакомств, личные страницы построены таким образом, что пользователь не только запрашивает данные в так называемых «поисковиках» или получает информацию в ходе межличностного общения, а также приобретает дополнительные сопутствующие сведения.

Так, открыв, например, «Яндекс», мы видим, сколько различных видов дискурса сочетает в себе главная страница этой поисковой системы: поиск, блоги, новости, словари, видео, картинки, карты, почта. С одной стороны, это типичная структура поисковой системы, а с другой – демонстрация самой сути любого проекта Интернета. Каждая ссылка представляет собой

отдельное когнитивное поле, но постоянно взаимодействующие друг с другом в рамках единого гипертекста. Е.В. Горина называет подобное строение гипертекста когнитивным взаимодействием [5]. Такая организация материала облегчает чтение и восприятие информации адресатом.

Для пользователя сервис Интернета является неким комплексным и сложным для понимания образованием. Вся совокупность сфер воспринимается не как разнородная масса, а как единая система, имеющая собственные границы, которая даже при делении сохраняет целостность, т.к. всегда ссылается на иные когнитивные сферы, сайты, использует повторы, чтобы адресат видел и знал, сколько возможностей он имеет в данной структуре [5].

Новостной портал news.mail.ru представляет собой типичный пример гипертекста в контексте интернет-дискурса, здесь эффективно переплетается множество когнитивных сфер: шоу-бизнес, культура, наука, политика, экономика, социальные проблемы, курсы валют, недвижимость, образование, погода и т.д. Этот массив когнитивных полей существует как единый организм в виде электронного новостного издания, опираясь на технологии гипертекста. Вышеперечисленные когнитивные сферы начинают взаимодействовать не только и не столько, объединённые единой смысловой организацией, но, в первую очередь, благодаря продуманной системе гиперссылок (со страницы одного когнитивного поля можно легко и быстро попасть на страницу другого когнитивного поля), видео- и фото рядов, которые призваны иллюстрировать важную для читателей информацию.

Таким образом, применительно к интернет-дискурсу, основываясь на приведённых примерах, гипертекст понимается в категориях теории Р. Барта, т.е. это дискурс со сложной структурой, в котором одновременно существует и связано с помощью ссылок множество информации, поданной в разных формах, с использованием кодов и различных жанров, который каждый адресат интерпретирует по-своему, соотносение общих частей структуры варьируется.

Также гипертекст в условиях интернет-дискурса существует по законам концепций (Веб 1.0, Веб 2.0, Веб 3.0 или семантический веб), которые господствуют в Сети [6]. Так, во время функционирования интернета в условиях Веб 1.0, гипертекст в сети воспринимался как хранитель информации, позволяющий легко перемещаться по тексту, получая дополнительную информацию по требующему уточнения вопросу. Технологии Веб 2.0 создали такие возможности для коммуникации и работы в Интернете, которые инициировали рождение особого типа текста, вызванного средой и теми условиями, где это событие произошло. Гипертекст 2.0 стал отличаться повышением уровня как коллективного соавторства, так и совместной редак-

туры текста, высоким уровнем креолизации или гибридизации (сочетание вербальных или невербальных элементов, а также различных жанров, сервисных платформ и других показателей в рамках одного веб-ресурса) [6], лёгкостью обновления содержания, возрастающей роли аудиовизуальной информации при его создании и восприятии, а, следовательно, понимании, и некоторыми другими чертами [6].

Многие исследователи интернет-дискурса отмечают, что сервисные связи дают возможность пользователям самостоятельно создавать гипертексты различной сложности в виде блогов, статей, фотоальбомов, квестов, личных страниц и т.д., а также делать ссылки на чужие страницы, например, перепосты в социальных сетях; оказывают влияние на производство текста и отличают гипертекст 1.0 от гипертекста 2.0. Теперь пользователи Интернета всё чаще говорят о переходе на Веб 3.0, который также носит название семантический веб, или веб смыслов. Главным отличием Веб 3.0 от Веб 2.0 является то, что гипертекст в Веб 2.0 создаётся пользователями единолично, а в формате Веб 3.0 предполагается, что будут работать группы экспертов по направлениям, которые и займутся отслеживанием информации, а также примут активное участие в создании контента гипертекста. Уже сегодня появляются модераторы или цензоры, которые не только помогают авторам редактировать и размещать информацию, но и отслеживают размещаемые данные.

Проблема «авторства/соавторства» авторами не рассматривалась. В результате проведённого нами исследования можно с уверенностью сказать, что во времена гипертекста 1.0 большинство текстов (приблизительно 60 %) принадлежали одному автору. Веб 2.0 принёс свои изменения: гипертексты, принадлежащие одному автору, сегодня сведены к минимуму (приблизительно 20 % в общем объёме текста). Что же касается гипертекста в Веб 3.0, можно только предположить, что будет проведена более чёткая граница между автором и соавторами, авторство будет более точно прописываться. Эта процедура станет обязательной. Благодаря модерации гипертекст станет более закрытым для сторонних правок.

В целом, именно Интернет оказался в России и других странах мира той лакмусовой бумажкой, которая правдиво показала реальную ситуацию с языковой грамотностью большей части аудитории. Очевидно, что автоматизация грамматических и орфоэпических умений и навыков проверяется именно в неподготовленной речи. До появления интернета спонтанная речь существовала только в устной форме, которая была одномоментной и нигде не фиксировалась. В интернете спонтанная разговорная устная речь фиксируется письменно. Следовательно, то же самое происходит и с речевыми и языковыми ошибками, которые также фиксируются на письме.

Формула «личность=текст или личность=язык» становится в Интернете аксиомой, так как все речевые индивидуальные особенности оказываются на виду в буквальном смысле слова.

Таким образом, реальная личность в Интернете переформируется в личность виртуальную, создавая новый, сетевой образ жизни и мышления, что констатируется многими российскими и зарубежными учёными всех областей знания, от лингвистики до психологии. Такое изменение существенно влияет на языковую ситуацию и требует серьёзных лингвистических исследований. Сегодня сформирован новый стиль во всех языках мира – стиль интернет-общения, отличительными признаками которого являются письменное произношение, гиперинтертекстуальность и запечатленная разговорность.

Литература:

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная-коммуникация (на материале креолизованных текстов): учебное пособие для студентов факультета иностранных языков вузов. М.: Изд. центр «Академия», 2003. 128 с.
2. Анисимова Е.Е. Паралингвистика и текст: (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. 1992. № 1. С. 71–78.
3. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: учебное пособие. М.: Эдиториал УРСС, 2001. 360 с.
4. Виноградова Т.Ю. Специфика общения в интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. Казань, 2004. С. 63–67.
5. Горина Е.В. Когнитивное взаимодействие как конституирующий признак Интернет-дискурса // Известия Уральского государственного университета. Серия 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 1(71). С. 58–66.
6. Горшко Е.И. Гипертекст 3.0: лингвистический анализ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=215> (дата обращения: 17.02.2012).
7. Дедова О.В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете: монография / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова. М.: МАКС Пресс, 2008. 282 с.
8. Егорова Е.Б. Текст «Лот аукциона онлайн» как продукт коммуникации участников виртуального аукциона в сети Интернет: на примере текстов немецкоязычного Интернет-аукциона eBay: дисс. ... канд. филол. наук. СПб., 2008. 235 с.
9. Компанцева Л.Ф. Интернет-лингвистика когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы: монография. Луганск: Знание, 2008. 528 с.
10. Круг С. Веб-дизайн: книга Стива Круга, или «не заставляйте меня думать!» / пер. с англ. СПб.: Символ-Плюс, 2003. 200 с.
11. Максименко О.И. Поликодовый vs креолизованный текст: проблема терминологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. № 2. С. 93–102.
12. Нилсен Я. Веб-дизайн: книга Якоба Нилсена / пер. с англ. СПб.: Символ-Плюс, 2003. 512 с.

13. Овчинников В.Г. Автоматизированные гипертекстовые системы // НТИ. Серия 1. Организация и методика информационной работы. ВИНТИ. 1990. № 12. С. 2–5.
14. Откупщикова М.И. Синтаксис связного текста. Л.: Изд-во ЛГУ, 1982. 104 с.
15. Смирнов Ф.О. Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском языке: дисс. ... канд. филол. наук. Ярославль, 2004. 221 с.

References:

1. Anisimova E.E. *Lingvistika teksta i mezhkul'turnaya-kommunikatsiya (na materiale kreolizovannykh tekstov): uchebnoe posobie dlya studentov fakul'teta inostrannykh yazykov vuzov* [Text Linguistics and Cross-cultural Communication (on the Material of Creolized Texts): Textbook for the Students of the Faculty of Foreign Languages of Universities]. M.: Publishing House center Academy, 2003. 128 p.
2. Anisimova E.E. *Paralingvistika i tekst: (k probleme kreolizovannykh i gibridnykh tekstov)* [Paralinguistic, Cognitive Science and Text: (to the Problem of Creolized and Hybrid Texts)] // *Voprosy yazykoznaniya* [Problems of Linguistics], 1992. no. 1, pp. 71–78.
3. Baranov A.N. *Vvedenie v prikladnuyu lingvistiku: uchebnoe posobie* [Introduction to Applied Linguistics: Tutorial]. M., Editorial URSS, 2001. 360 p.
4. Vinogradova T.YU. *Spetsifika obshcheniya v internete* [The Specificity of Communication on the Internet] // *Russkaya i sopostavitel'naya filologiya: Lingvokul'turologicheskii aspekt* [Russian and Comparative Philology: Linguistic and Culturological Aspect]. Kazan, 2004, pp. 63–67.
5. Gorina E.V. *Kognitivnoe vzaimodeistvie kak konstituiruyushchii priznak Internet-diskursa* [Cognitive Interaction as the Constitutive Symptom of the Internet Discourse] // *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury* [Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in Education, Science and Culture], 2010. no. 1 (71), pp. 58–66.
6. Goroshko E.I. *Gipertekst 3.0: lingvisticheskii analiz* [Elektronnyi resurs] [Hypertext 3.0: Linguistic Analysis [Electronic Source]] URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?ald=215> (request date: 17.02.2012)
7. Dedova O.V. *Teoriya giperteksta i gipertekstovye praktiki v Runete: monografiya / Moskovskii gosudarstvennyi universitet im. M.V. Lomonosova* [The Theory of Hypertext and Hypertext Practices in the Runet: Monography / Moscow State University. M.V. Lomonosov]. M., MAKS Press, 2008. 282 p.
8. Egorova E.B. *Tekst «Lot auktsiona onlain» kak produkt kommunikatsii uchastnikov virtual'nogo auktsiona v seti Internet: na primere tekstov nemetskoyazchnogo Internet-auktsiona eBay: diss. ... kand. filol. nauk* [The Text “Lot Auction Online” as the Product of Communication between Participants in the Virtual Auction on the Internet: the example texts nemechnogo the Internet-auction eBay: Thesis ... PhD of Philology]. SPb., 2008. 235 p.
9. Kompantseva L.F. *Internet-lingvistika kognitivno-pragmaticshekii i lingvokul'turologicheskii podkhody: monografiya* [Internet Linguistics: a Cognitive-Pragmatic and Linguocultural Approaches: Monograph]. Lugansk, Znanie, 2008. 528 p.
10. Krug S. *Veb-dizain: kniga Stiva Kruga, ili «ne zastavlyaita menya dumat'!» / per. s angl* [Web Design: the Book of Steve of the Circle, or “Don Make me Think!” / Translated

from English]. SPb., Simvol-Plyus, 2003. 200 p.

11. Maksimenko O.I. *Polikodovyi vs kreolizovannyi tekst: problema terminologii* [Policoded vs Creolized Text: the Problem of Terminology] // *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika* [Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics], 2012, no. 2, pp. 93–102.

12. Nilsen YA. *Veb-dizain: kniga Yakoba Nilsena / per. s angl.* [Web Design: the Book of Jacob Nilsen / Translated from English]. SPb., Simvol-Plyus, 2003. 512 p.

13. Ovchinnikov V.G. *Avtomatizirovannye gipertekstovye sistemy* [Automated Hypertext System] // *NTI. Seriya 1. Organizatsiya i metodika informatsionnoi raboty. VINITI* [NTI. Series: Organization and Methods of Information Work], 1990, no. 12, pp. 2–5.

14. Otkupshchikova M.I. *Sintaksis svyaznogo teksta* [The Syntax of a Coherent Text]. L., Izd-vo LGU, 1982. 104 p.

15. Smirnov F.O. *Natsional'no-kul'turnye osobennosti elektronnoi kommunikatsii na angliiskom yazyke: diss. ... kand. filol. nauk* [National-Cultural Peculiarities of Electronic Communication in English: Thesis ... PhD in Philology]. Yaroslavl, 2004. 221 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Ахренова Наталья Александровна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры английского языка Государственного социально-гуманитарного университета; e-mail: nakhrenova@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Akhrenova Natalia – PhD in Philology, Associate professor, Associate Professor of the English Department, Moscow State University of Social Studies and Humanities; e-mail: nakhrenova@mail.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКАЯ ССЫЛКА

Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как гипертекст // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2016. № 3. URL: www.evestnik-mgou.ru

BIBLIOGRAPHIC REFERENCE

Akhrenova N.A. Internet-discourse as a Hypertext // Bulletin of Moscow State Regional university (e-journal), 2016, no. 3. URL: www.evestnik-mgou.ru