



Синтаксис «digital native media» и «legacy media»

Т. Р. Ванько

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия
bestgrammar@yandex.ru

Аннотация. В современном цифровом пространстве сосуществуют два вида цифровых медиа: онлайн-версии традиционных печатных изданий (digital legacy media) и исконно цифровые медиа (digital native media). В статье исследуются лингвистические, в частности синтаксические, параметры их контентов с целью установления сходства и различия используемых ими средств реализации основной задачи – информирования и манипулирования общественным сознанием.

Ключевые слова: онлайн-версии традиционных печатных изданий, исконно цифровые медиа, синтаксические характеристики, простые предложения, сложноподчиненные предложения, сложносочиненные предложения

Для цитирования: Ванько Т. Р. Синтаксис «digital native media» и «legacy media» // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2024. Вып. 4 (885). С. 37–44.

Original article

Syntax of 'Digital Native Media' vs. 'Legacy Media'

Tatiana R. Vanko

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia,
bestgrammar@yandex.ru

Abstract. In today's digital space, two types of media coexist: online versions of traditional print media and digital native media. Both similarities and differences in their content, commercial potential, target audience, and development strategies are considered. Of particular interest is the study of their linguistic, particularly syntactic parameters to establish the similarities and differences of the means used to implement the main task of informing and manipulating public opinion.

Keywords: digital native media, digital legacy media, syntactic parameters, simple sentences, complex sentences, compound sentences

For citation: Vanko, T. R. (2024). Syntax of 'digital native media' vs. 'legacy media'. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities, 4(885), 37–44.

ВВЕДЕНИЕ

Новые цифровые медиа превратились из простого технологического чуда в социальную платформу, оказывающую огромное влияние на политические и социальные процессы нашей жизни [Ye, 2017]. Происходящее связано с быстрыми изменениями в медиатехнологиях (появление игровых приставок, домашних компьютеров, Интернета, сотовых телефонов, планшетов) и медиaprостранство, где новые медиа являются важной составляющей социума, средством политического участия в его жизни. Это обусловлено такими свойствами интернет-коммуникации, как: способность к манипулированию, сетевой характер, возможность участия, когда потребитель медиа сам становится производителем и распространителем медиаконтента на глобальных платформах, а также сжатость информации и беспристрастность.

DIGITAL NATIVE MEDIA И DIGITAL LEGACY MEDIA В ЛИНГВИСТИКЕ

Важность происходящих в современных цифровых медиапроцессов объясняет огромное количество исследований, переходящих от политологического подхода к социологической перспективе в обществе и в СМИ, со всё большим вниманием к вопросам этики и объективности в цифровой журналистике [Theories of journalism in a digital age, 2017]. В целом рассмотрение цифровых медиа осуществляется по нескольким направлениям: изучение исторического и рыночного аспекта, инновационного процесса, изменений в журналистской практике, проблем журналистской деятельности и роли пользовательского контента [Mitchelstein, Boczkowski, 2009].

Р. Салаверриа в своем обзоре, посвященном юбилею цифровых СМИ, выделяет следующие аспекты их анализа в настоящий момент: становление понятия цифровой журналистики, ее исторические перспективы, модели цифровой журналистики, онлайн-медиа и платформы, язык цифровой журналистики, экономические аспекты цифровых медиа, вопросы создания и потребления цифрового журналистского продукта, методология цифровой журналистики [Salaverria, 2019].

30 лет, прошедшие с момента появления первых новостных онлайн-медиа, характеризуются не только переходом традиционных печатных информационных изданий на цифровой формат, но и возникновением и бурным ростом собственно цифровых медиа, или первичных онлайн-медиа, не имеющих печатных аналогов. Р. Салаверриа отмечает огромное разнообразие онлайн-медиа: наряду

с онлайн-версиями традиционных печатных изданий существует новый вид медиа, свойственный только Сети. Первоначально онлайн-медиа базировались на модели традиционных печатных СМИ, так как воспроизводили в Интернете контент, изначально предназначенный для других платформ (газет, радио и телевидения), однако с течением времени они становились все более независимыми по форме и содержанию, что привело к созданию оригинального контента для Интернета. Появление блогов было революционным прорывом, позволившим включить голос пользовательской аудитории в профессиональную журналистскую коммуникацию, дополнить профессиональный контент онлайн-медиа контентом, создаваемым потребителями [Salaverria, 2019].

Р. Салаверриа указывает, что изучение языка цифровых медиа фокусируется на функционировании в них гипертекста, мультимедиа и интерактивности [там же]. Гипертекст, отраженный в гипертекстовых ссылках цифровых СМИ, дает пользователям активный доступ к информации и является одной из основных характеристик языка цифровой журналистики, где линейное чтение текстов заменяется нелинейным поиском. Изучение мультимедиа (в частности онлайн-видео) в цифровой журналистике описывает типы мультимедийных пакетов и их влияния на потребление информации. Исследование интерактивности цифровой журналистики занимается анализом интерактивных ресурсов новостных веб-сайтов, а также их влиянием на интерпретацию информации пользователями. Очевидно, что описание языка онлайн-медиа сосредоточено на информационном контенте, способах его классификации и инновационной подачи в Интернете, благодаря развитию мультимедийных ресурсов и новых гипертекстовых и интерактивных форматов, что привело к обновлению жанров и форматов цифровой журналистики (журналистика длинных форм, медленная журналистика, иммерсивная журналистика и новостные игры).

Сравнительному изучению контента *digital native media* и *legacy media* посвящена работа К. Риодан [Riordan, 2014]. На примере традиционных изданий «The Guardian», «New York Times» и BBC и трех цифровых изданий «Quartz», «BuzzFeed» и «Vice News» она анализирует соответствие двух разновидностей онлайн-медиа стандартам точности, независимости и беспристрастности. К. Риодан полагает, что онлайн-версии традиционных печатных изданий могут научиться у исконно цифровых медиа новому подходу к стандартам, иначе они потеряют молодую аудиторию, и, наоборот, исконно цифровые медиа должны следовать некоторым стандартам традиционной журналистики. Автор

указывает на появление новой третьей формы журналистики, сочетающей в себе черты обеих разновидностей цифровых медиа. Такая гибридная форма, например у изданий «Quartz», «Vox» и «ProPublica», требует более упорядоченного, современного набора редакционных стандартов, сочетающих честность с тоном и манерой подачи похожей на «веб» [Riordan, 2014].

А. Вара-Мигель, принимая во внимание отличие *digital native media* от *legacy media* с точки зрения бизнес-моделей, стратегий дистрибуции, корпоративной организации и редакционных приоритетов, говорит о появлении двух типов онлайн-аудиторий традиционных и цифровых медиабрендов, различающихся по четырем аспектам: демографическому и социально-экономическому (пол, возраст, доход и уровень образования); интересу к новостям; оплате онлайн-новостей; доверию к СМИ [Vara-Miguel, 2020]. Полученные им статистические данные доказывают, что на рынке онлайн-новостей лидируют онлайн-версии традиционных печатных изданий, так как сайты крупных медиабрендов более популярны, чем исконно цифровые медиа. Читатели онлайн-версий традиционных печатных изданий это, как правило, мужчины с более высоким уровнем доходов и образования, с большим интересом к чтению новостей и готовые платить за них больше, чем пользователи исконно цифровых медиа. Читатели онлайн-версий традиционных печатных изданий больше доверяют новостям, демонстрируют более высокую вовлеченность и склонность к лояльности своим брендам, чем читатели исконно цифровых медиа. Последние возникли как бесплатная альтернатива традиционным изданиям, которые воспринимались как ненадежные в основном молодыми людьми, и, по мнению автора, в настоящее время занимают прочное место в медиаландшафте [Vara-Miguel, 2020].

Анализируя ресурсную зависимость *legacy media* и *digital native media*, С. Диел полагает, что последние вытеснят традиционные новостные онлайн-СМИ [Diel, 2017]. Пока же контент-анализ показывает, что оба вида онлайн-медиа сосуществуют и зависят от одного и того же ресурса – новостей. Однако онлайн-версии традиционных печатных изданий, связанные с традиционными газетами, публикуют достоверные оригинальные новости, в то время как исконно цифровые медиа, такие как «BuzzFeed», базируются на неоригинальном новостном материале неясного происхождения, чаще всего это переработанный контент, созданный традиционными изданиями. В настоящий момент наблюдается сближение двух видов онлайн-медиа. Исконно цифровые медиа прилагают усилия для улучшения публикуемого контента. Они

начали внедрять стандарты традиционных медиа, приглашать на работу известных профессиональных журналистов с целью создания оригинального контента. Онлайн-версии традиционных печатных изданий тоже адаптируются к условиям существования на новых платформах, а для привлечения новой аудитории используют развлекательную тактику, характерную для исконно цифровых медиа, сохраняя при этом стандарты традиционных медиа [Diel, 2017].

Еще одно направление исследований онлайн-медиа сосредоточено на изучении нарративных форм или способах коммуникации, т. е. на языковых характеристиках цифровой журналистики. Профессор Л. Манович указывает, что, если вначале онлайн-медиа использовали язык, жанры и форматы традиционных печатных СМИ, то со временем начали проявляться особенности и своеобразие онлайн-СМИ, которые указывали на постепенный отход от языка традиционных медиа [Manovich, 2002].

Современные зарубежные исследования уделяют наибольшее внимание изучению коммерческого потенциала *digital native media* и *legacy media* [Nichols, Shabbir, Nielsen, 2016], на сравнении их бизнес-моделей, стратегий дистрибуции, корпоративной структуры, редакционных приоритетов и целевой аудитории с точки зрения демографического и социально-экономического профиля (пол, возраст, доход и уровень образования), интереса к новостям, варианта оплаты онлайн-новостей, а также степени доверия к СМИ [Vázquez-Herrero, Negreira-Rey, López-García, 2023].

Отечественная лингвистика трактует Интернет как коммуникативное социально-культурное пространство, коммуникативную среду, в которой возникают новые парадигмы взаимоотношений в условиях разнообразных технических средств и контекстов доступных пользователям [Горошко, 2013]. Исследования языка онлайн-коммуникации русскоязычным научным сообществом ведутся в лингвокультурологическом и социолингвистическом направлениях [Горошко, 2013]. Интернет коммуникация повлекла за собой изменения обслуживающего ее языка на всех уровнях: от морфологического и лексического (например, нетрадиционные способы словообразования, интернет-неологизмы, калькирования, заимствования из английского языка и перенос их в родной язык и пр.), до прагматического (появление норм и правил сетевого этикета), социолингвистического (влияние социальных характеристик пользователей или языкового ареала), лингвокультурологического (создание лингвокультурных виртуальных типажей, образов и личностей) и графического (объединение

различных графических систем (например, латиницы и кириллицы, использование других пунктуационных правил, создание квазиграфических систем).

По мнению Е. И. Горошко, процесс конвергенции в языке онлайн-медиа выражается в сближении письменной и устной форм речи, вербальной и невербальной, а также синхронных и асинхронных форм коммуникации, монологической и диалогической форм речи [Горошко, 2013].

Т. Г. Добросклонская, одна из основоположников отечественной медиалингвистики, предлагает интегрированный подход к анализу языка новых медиа [Добросклонская, 2020]. Такой мультидисциплинарный подход использует целый ряд разнообразных методов: лингвистические методы описывающие параметры онлайн-текста на различных уровнях (от лексики до синтаксиса); заимствованный из социологии метод контент-анализа; метод дискурс-анализа, изучающий взаимоотношения между языковым и экстралингвистическим аспектами текста; метод когнитивного анализа соотношения между реальностью и ее медиапрезентацией; методы критической лингвистики политико-идеологической составляющей медиатекста; метод лингвокультурологического анализа культурных смыслов и национально-культурной специфики медиатекста; медиалингвистический метод, описывающий функционирование текста в медиасреде (способ создания и воспроизведения, канал распространения, функционально-жанровый тип, тематическую доминанту).

Несмотря на констатацию важности анализа лингвистических характеристик онлайн-медиадискурса, его синтаксические параметры затрагиваются лишь в некоторых работах. Так Л. В. Дубина, анализируя тенденции развития русского языка в условиях Интернета, отмечает не только его изменения, но и их неравномерность на разных уровнях [Дубина, 2013].

П. П. Глазко касается синтаксических аспектов онлайн-дискурса, сопоставляя синтаксические экспрессивные средства реализации авторской интенции в англо- и русскоязычных жанрах блога и колонки. Автор объясняет различие ассортимента синтактико-стилистических средств в англоязычных блогах и колонках степенью персонализации этих двух жанров. Блог является жанром персонализированным, его экспрессивность определяется самим автором, а не политикой издания, в то время как жанр колонки более институционален, так как функционирует в рамках СМИ (в том числе в интернет-версиях) [Глазко, 2022].

Проведенный анализ синтаксических параметров исконно цифровых медиа (*digital native media*) свидетельствует о равной частотности

использования этими СМИ простых и сложноподчиненных предложений и об обилии цитирования в их текстах. При этом не проводилось сопоставление синтаксических характеристик исконно цифровых медиа и онлайн-версий традиционных печатных изданий для установления их сходства или различия [Ванько, 2022].

Однако в настоящий момент, когда общепризнанным является сосуществование двух видов современных цифровых медиа, возрастает интерес к их сопоставительному анализу. Они сравниваются с точки зрения контента [Riordan, 2014; Negredo, at. el., 2023], целевой пользовательской аудитории и способах воздействия на нее [Vara-Miguel, 2020; Negredo, at. el., 2023], источников финансирования и прибыльности [Nichols, Shabbir, Nielsen, 2016; Diel, 2017], потенциала для размещения рекламы [Nichols, Shabbir, Nielsen, 2016; Negredo, at. el., 2023].

Очевидно, что сравнение синтаксиса исконно цифровых онлайн-медиа и онлайн-версий традиционных печатных изданий не проводилось. Целью нашего анализа являлось сравнительное описание синтаксических структур, характерных для двух типов онлайн-медиа, с целью определения их сходства и различия и установления общих тенденций развития синтаксиса цифровых медиа.

АНАЛИЗ СИНТАКСИСА DIGITAL NATIVE MEDIA И DIGITAL LEGACY MEDIA

Для сравнительного анализа были отобраны публикации на тему «Экология» второго по посещаемости среди digital native media американского новостного информационного сайта «BuzzFeed» из рубрики «BuzzFeed.News» от 14 ноября 2023 года. Объем отобранных из «BuzzFeed» публикаций составил от 612 слов до 4 123 слов. Все они иллюстрируются фото количеством от 2 (в коротких публикациях объемом 612–744 слова) до 9 (в публикациях объемом 4 123 слова).

Источником языкового материала из digital legacy media послужили публикации на тему «Экология» из онлайн-изданий «The Guardian» и «The Independent» от 14 ноября 2023 года. Объем рассмотренных публикаций варьируется от 981 до 6 140 слов. Все они содержат от 1 до 5 фото, иллюстрирующих содержание статьи.

Важно отметить, что количество используемых исконно цифровыми медиа- и онлайн-версиями традиционных печатных изданий фотоматериалов свидетельствует о схожих тенденциях в обоих типах онлайн-медиа. Иллюстративные фото облегчают восприятие информации и служат подтверждению ее достоверности и надежности.

Сопоставление коммуникативных типов предложений также выявило сходство между текстами двух типов цифровых медиа. В подавляющем большинстве (98 % материала) это повествовательные предложения, информирующие читателя о происходящих событиях. Зарегистрированные в нашем материале вопросительные предложения (2 % материала) содержались в цитатах, инкорпорированных в текст публикаций исконно цифровых медиа для повышения степени достоверности сообщаемого, а также для создания эффекта «отстраненности» автора и усиления атмосферы объективности.

Перейдем к сравнению структурных типов предложений в анализируемых новостных сообщениях исконно цифрового издания «BuzzFeed» и онлайн-версий традиционных печатных изданий «The Independent» и «The Guardian». Наши данные свидетельствуют о похожих тенденциях к использованию простых предложений в публикациях обоих типов онлайн-медиа (47 % и 44 % соответственно). Это указывает на сближение их стилей повествования. Чаще используются простые предложения легкие как для зрительного, так и для когнитивного восприятия. Они придают повествованию более динамичный характер. Например:

After three years of rest, the Blackfeet business council voted unanimously to begin releasing wild bison there.¹

Упрощение языка – это одна из стратегий, используемых legacy media для завоевания более широкой возрастной и социальной аудитории [Vara-Miguel, 2020]. Изначально ориентированные на более возрастного и более образованного потребителя онлайн-версии традиционных печатных изданий имитируют стиль подачи материала характерный для исконно цифровых медиа, предназначенные для молодой потребительской аудитории.

Следует отметить тенденцию в анализируемых публикациях обоих типов цифровых медиа использовать простые предложения, осложненные причастными оборотами с целью сообщения большего количества деталей с сохранением простой структуры предложения.

Several children ran up to the animal, oohing and aahing, while running their fingers through the thick tufts of fur around his neck.²

¹Planas R. How the Blackfeet brought buffalo back to the land. Aug 5, 2023 https://www.huffpost.com/entry/how-the-blackfeet-brought-buffalo-back_n_64ca7a7ce4b03ad2b89c49a5

²Planas R. How the Blackfeet brought buffalo back to the land. Aug 5, 2023 https://www.huffpost.com/entry/how-the-blackfeet-brought-buffalo-back_n_64ca7a7ce4b03ad2b89c49a5

Сложноподчиненные предложения следуют вторыми по частотности использования в публикациях исконно цифровых медиа и онлайн-версий традиционных печатных изданий (39 % и 38 % соответственно). В текстах обоих типов онлайн-медиа встречаются различные типы придаточных, среди которых наиболее частотными являются придаточные определительные (36 % всего корпуса придаточных в digital native media и 34 % в digital legacy media), дополнительные (32 % и 30 % соответственно), придаточные времени (11 % и 12 % соответственно). Остальные типы придаточных: уступки, предикативные, подлежащие, причины, цели, условия в равной степени низкочастотны в нашем материале (каждый тип составил от 3 % до 1,5 % употреблений в обоих типах анализируемых публикаций). Итак, наиболее распространенным видом сложноподчиненных предложений являются структуры с придаточными определительными, вводимые союзами *that, which, what* или бессоюзно. Например:

The research, accompanied by satellite imagery, found areas that used to experience frequent droughts are now more prone to frequent flooding, while other regions historically prone to flooding now endure more frequent droughts.³

По результатам нашего анализа сложноподчиненные предложения с придаточными дополнительными демонстрируют равную частотность в текстах digital native media и digital legacy media, а также занимают второе место. Дополнительные придаточные вводятся союзами *that, whether*, союзными словами *how, where* или бессоюзно. Например:

The charity warned that failure to act on climate adaptation at Cop28 could lead to entrenched poverty, displacement, disease and potentially even conflict in the worst affected areas.⁴

Часто придаточные дополнительные служат для передачи прямой речи в виде косвенной. Оформляя косвенную речь, сложноподчиненные предложения с придаточными дополнительными создают эффект опоры на первоисточник и наряду с прямым цитированием позволяют достичь убедительного уровня достоверности публикации. Например:

³Laville S. Extreme drought in northern Italy mirrors climate in Ethiopia. Nov. 14, 2023. <https://www.theguardian.com/environment/2023/nov/14/extreme-drought-in-northern-italy-mirrors-climate-in-ethiopia>

⁴Laville S. Extreme drought in northern Italy mirrors climate in Ethiopia. Nov. 14, 2023. <https://www.theguardian.com/environment/2023/nov/14/extreme-drought-in-northern-italy-mirrors-climate-in-ethiopia>

Tim Wainwright, the chief executive of WaterAid, said the climate crisis was a water crisis across the world.¹

Являющиеся третьими по частотности использования в обоих типах медиа сложноподчиненные предложения с придаточными времени вводятся союзами *when, while, as, after*, среди которых союз *when* встречается чаще всего. Например:

When he and Aune approached the tribe's elders with the idea, they found wholehearted support.²

Реже всего в текстах digital native media и digital legacy media используются сложносочиненные предложения (7 % и 6,8 % соответственно) с союзами *and, but* или с бессоюзной связью, а также сложные предложения смешанной структуры с наличием подчинительной и сочинительной связи (8 % и 9 % соответственно). Таким образом, здесь также можно говорить о сходстве анализируемых медиа. Ниже приведем пример сложносочиненного предложения с придаточными дополнительным и обстоятельственным причины из публикации портала «BuzzFeed»:

The bird's name in Spanish means "skinny," and it seemed he was in danger of living up to his name in the early days of his escape because he hadn't been seen eating.³

Еще одной схожей тенденцией в синтаксисе исконно цифровых медиа и онлайн-версий традиционных печатных изданий является прямое

цитирование в публикациях. В отдельных случаях прямая речь составляет до 25 % всего текста в digital native media и 28 % в digital legacy media. Цитаты из речи или выступлений участников событий рассматриваются как подтверждение объективности и достоверности. Прием прямого цитирования позволяет автору статьи уклониться от комментариев, при этом подборка цитат способствует выработке определенной оценочной позиции у потребителя. Прямое цитирование служит инструментом создания атмосферы объективности сообщаемой информации и вовлечения читателя в описываемую ситуацию. Эти данные свидетельствуют о предпринимаемых средствами *digital native media* усилиях по улучшению контента, в частности, по повышению его достоверности, точности и надежности [Riordan, 2014; Nichols, Shabbir, Nielsen, 2016; Diel, 2017; Vara-Miguel, 2020].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Переход современных информационных медиа в цифровой формат привел к сосуществованию в онлайн-пространстве двух типов цифровых медиа digital native media и digital legacy media, результатом которого стало их взаимодействие и взаимовлияние друг на друга не только в вопросах качества публикуемого контента, но и в вопросах применяемых бизнес-стратегий. Сопоставительный анализ их синтаксических структур подтверждает тенденции к сближению синтаксиса *digital native media* и digital legacy media. Исконно цифровые медиа перенимают нормы и правила у традиционной новостной журналистики, используя характерный для них широкий ассортимент синтаксических структур. Одновременно с этим наблюдается обратная тенденция к упрощению синтаксиса онлайн-версий традиционных печатных изданий с целью привлечения более молодой и социально дифференцированной пользовательской аудитории.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Ye H. New questions emerge amidst rapid changes: Terry Flew, *New Media* (4th ed.). Global Media and China, 2017. 2 (3-4). P. 353–356.
2. Theories of journalism in a digital age / S. Steensen et al. Routledge, 2017. DOI: 10.4324/9781315544205.
3. Mitchelstein E., Boczkowski P. Between tradition and change: a review of recent research on online news production // *Journalism*, 10(5), 2009. P. 562–586.
4. Salaverria R. Digital journalism: 25 years of research. Review article // *El profesional de la formación*, 2019. V. 28, № 1. DOI: 10.3145/epi.2019.ene.01.
5. Riordan K. Accuracy, Independence, and Impartiality: How legacy media and digital natives approach standards in the digital age. University of Oxford, 2014.

6. Vara-Miguel A. Cross-National Similarities and Differences between Legacy and Digital-Born News Media Audiences // *Media and Communication*, 2020. Vol. 8 (2). P. 16–27
7. Diel S. New Media, Legacy Media and Misperceptions Regarding Sourcing // *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 5 (1). 2017. P. 104–120.
8. Manovich L. *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press, 2002.
9. Nichols T., Shabbir N., Nielsen R. K. *Digital-born news media in Europe*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2016.
10. Vázquez-Herrero, Negreira-Rey, López-García. Research on digital native media: an emerging topic in the field of digital communication // *Profesional de la información*. 2023. V. 32. № 2. P. 1–13. URL: <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/87288/63336>
11. Горошко Е. И. Возникновение лингвистики новых медиа и перспективы развития этого направления // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы III Международной научно-практической конференции. Самара: ПГСГА, 2013. С. 27–41.
12. Добросклонская Т. Г. *Медиалингвистика: теория, методы, направления*. М.: КДУ, Добросвет, 2020.
13. Дубина Л. В. Тенденции развития русского языка в условиях интернет-коммуникации // *Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin)*. 2013. Вып. 2 (130). С. 177–181.
14. Глазко П. П. Функционально-прагматические особенности синтаксических приемов в жанрах медийного пространства США и Беларуси // *Вестник Московского Университета*. 2022. Сер. 10 (1). Журналистика. С. 136–151.
15. Ванько Т. Р. Синтаксис 'digital native media' // *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2022. Вып. 3 (858). С. 16–23.
16. Negredo S. et al. Quantifying digital-native and legacy, national and local news websites in Spain, their topic scope and platforms // *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*. 2023. Vol. 68. P. 81–96.

REFERENCES

1. Ye H. (2017). New questions emerge amidst rapid changes: Terry Flew, *New Media*. 4th ed. Global Media and China, 2(3-4), 353–356.
2. Steensen, S. et al (2017). *Theories of journalism in a digital age*. Routledge, DOI: 10.4324/9781315544205.
3. Mitchelstein, E.; Boczkowski, P. (2009). Between tradition and change: a review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562–586.
4. Salaverria, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El profesional de la formación*, 28(1). 10.3145/epi.2019.ene.01.
5. Riordan, K. (2014) *Accuracy, Independence, and Impartiality: How legacy media and digital natives approach standards in the digital age*. University of Oxford.
6. Vara-Miguel, A. (2020). Cross-National Similarities and Differences between Legacy and Digital-Born News Media Audiences. *Media and Communication*, 8(2), 16–27.
7. Diel, S. (2017). New Media, Legacy Media and Misperceptions Regarding Sourcing. *KOME: An International Journal of Pure Communication Inquiry*, 5(1), 104–120.
8. Manovich, L. (2002). *The Language of New Media*. Cambridge: The MIT Press.
9. Nichols, T., Shabbir, N., Nielsen, R. K. (2016). *Digital-born news media in Europe*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
10. Vázquez-Herrero, Negreira-Rey, López-García. (2023). "Research on digital native media: an emerging topic in the field of digital communication". *Profesional de la información*, V. 32, № 2.
11. Goroshko, E. I. (2013). Voznikovenie lingvistiki novykh media i perspektivy razvitiya etogo napravleniya =The Emergence of New Media Linguistics and the Prospects for the Development of this Field. Hypertext as an Object of Linguistic Research (pp. 27–41): Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference. Samara: PGSGA. (In Russ.)
12. Dobrosklonskaya, T. G. (2020). *Media Linguistics: Theory, Methods, Directions*. Moscow: KDU, Dobrosvet. (In Russ.)
13. Dubina, L. V. (2013). Trends of development of the Russian language in the context of Internet-communication. *Vestnik of Tomsk State Pedagogical University (TSPU Bulletin)*, 2(130), 177–181. (In Russ.)

14. Glazko, P. P. (2022). Functional and pragmatic characteristics of syntactic devices in the genres of American and Belarusian media space. *Vestnik of Moscow State University. Journalism*, 10(1), 136–151. (In Russ.)
15. Van'ko, T. R. (2022). 'Digital native media' syntax. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*. 3(858), 16–23. (In Russ.)
16. Negrodo, S.; Sanchez-Garcia, P.; Amoendo-Casais, A.; Martinez-Costa, M. P., Salaverria, R. (2023). Quantifying digital-native and legacy, national and local news websites in Spain, their topic scope and platforms. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 68, 81–96.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Ванько Татьяна Ростиславовна

кандидат филологических наук

доцент кафедры грамматики и истории английского языка факультета английского языка

Московского государственного лингвистического университета

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Vanko Tatiana Rostislavovna

PhD (Philology)

Associate Professor, Department of Grammar and History of English

Faculty of the English Language, Moscow State Linguistic University

Статья поступила в редакцию
одобрена после рецензирования
принята к публикации

20.12.2023
19.01.2024
28.02.2024

The article was submitted
approved after reviewing
accepted for publication