

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 316.776.3

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-940-958>

Шифр научной специальности 5.9.9

Рецепция научного интернет-текста: экспериментальное исследование

Анна Викторовна БЕЛОЕДОВА¹ , Татьяна Викторовна ДУБРОВСКАЯ^{1,2} ,

Евгений Александрович КОЖЕМЯКИН^{1,3}  , Ян Игоревич ТЯЖЛОВ¹ 

¹ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

308015, Российская Федерация, г. Белгород, ул. Победы, 85

²ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

440026, Российская Федерация, г. Пенза, ул. Красная, 40

³НИУ «Высшая школа экономики»

101000, Российская Федерация, г. Москва, ул. Мясницкая, 20

 kozhemiyakin@bsu.edu.ru

Аннотация. Обсуждены результаты экспериментального исследования, цель которого – определить общие и частные принципы рецепции научного текста, размещённого в сети Интернет, с учётом группы коммуникативных и технологических факторов, среди которых – возможность применения интерактивных элементов, управляющих вниманием и восприятием текста (аффордансов), и использование экстралингвистических элементов материала. С помощью комбинации методов – окулографического исследования, анализа пользовательского опыта (UX-наблюдение) и полужормализованного интервью – были получены данные о зонах внимания и структуре чтения пользователями научных интернет-статей, а также о тактиках взаимодействия с текстом и понимания его содержания в зависимости от наличия либо отсутствия аффордансов. В качестве испытуемых выступили читатели научных текстов, имеющие академические аффилиации и обладающие разным опытом взаимодействия с научными материалами. Сделан вывод о необходимости учёта двух групп данных в ходе изучения рецепции научного текста: зрительной фиксации на элементе текста / поведенческая реакция на него и вербальной репрезентации элемента текста во время интервью. Сформулированы предварительные выводы о закономерностях восприятия читателями научных интернет-статей в зависимости от технологической организации контекста. В заключение сформулированы требования к организации основного этапа исследования.

Ключевые слова: научный интернет-текст, рецепция, мультимодальность, аффорданс

Благодарности: Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 23-28-00109, проект «Рецепция и интерпретация научного текста в Интернете: мультимодальный подход».

Для цитирования: Белоедова А.В., Дубровская Т.В., Кожемякин Е.А., Тяжлов Я.И. Рецепция научного интернет-текста: экспериментальное исследование // Нефилология. 2023. Т. 9. № 4. С. 940-958. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-940-958>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Reception of academic web texts: experimental study

Anna V. BELOEDOVA¹ , Tatiana V. DUBROVSKAYA^{1,2} ,
Evgeny A. KOZHEMYAKIN^{1,3}  , Yan I. TYAZHLOV¹ 


¹Belgorod National Research University
85 Pobedy St., Belgorod, 308015, Russian Federation

²Penza State University

40 Krasnaya St., Penza, 440026, Russian Federation

³National Research University Higher School of Economics

20 Myasnitskaya St., Moscow, 101000, Russian Federation

 kozhemyakin@bsu.edu.ru

Abstract. The results of an experimental study are discussed, the purpose of which is to determine the general and specific principles of the reception of a academic text posted on the Internet, taking into account a group of communicative and technological factors, including the possibility of using interactive elements that control attention and perception of the text (affordances), and the use of extralinguistic material elements. Through a combination of methods – oculographic research, user experience analysis (UX-observation) and semi-structured interview – the data were obtained indicating the areas of attention and the structure of reading scientific Internet articles by users, as well as tactics of interacting with the text and understanding its content, depending on the presence or absence of affordances. The readers of scientific texts have academic affiliations and different experience of interacting with scientific materials. The authors come to the conclusion that it is necessary to take into account two groups of data in the course of studying the reception of a academic text: visual fixation on a text element / behavioral reaction to it and verbal representation of a text element during an interview. The paper draws preliminary inferences about how the readers perceive scientific Internet articles depending on the technological organization of the context. In conclusion, the requirements are offered for the organization of the main stage of the study.

Keywords: academic web texts, reception, multimodality, affordance

Acknowledgements: The research was supported by the Russian Science Foundation grant No. 23-28-00109, project “Reception and interpretation of scientific text on the Internet: a multi-modal approach.”

For citation: Beloedova, A.V., Dubrovskaya, T.V., Kozhemyakin, E.A., & Tyazhlov, Ya.I. Reception of academic web texts: experimental study. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(4):940-958. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-4-940-958>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В рамках реализуемого научного проекта проводится изучение закономерностей восприятия научного текста в Интернете. Научная проблема заключается в необходимости получения комплексного знания о влиянии различных (не только вербальных) семиотических компонентов научного текста, разме-

щённого в Интернете, на рецепцию и интерпретацию его адресатами. Таким образом, цель исследования состоит в том, чтобы сформулировать общие и частные принципы рецепции научного текста, средой бытования которого является виртуальная (цифровая) среда. Одной из существенных особенностей научного текста в Интернете является возможность взаимодействия с ним читателя

посредством аффордансов. Аффордансом называют свойство или функцию объекта, которая подсказывает, какие действия можно с ним производить. Как правило, аффорданс связан с модусом (технологией представления контента) текста. Как отмечал Г. Кресс, «каждый из модусов реализует специфические значимые характеристики своих аффордансов» [1, с. 83]. Примерами аффордансов в интернет-тексте могут быть операторы изменения масштаба, навигационные и выпадающие меню, инструменты раскрытия или скрытия фрагментов текста (например, таблиц или списков источников), гиперссылки и т. д. «Технологические особенности интернет-среды, такие как гипертекстуальность, интерактивность, поликодовость и мобильность, влияют также на семиотическую структуру «классических» научных текстов, делая возможным использование элементов, прежде не характерных для текстов таких жанров» [2, с. 166]. Таким образом, перед исследователями стоит задача определить характер и степень влияния технологических особенностей, включая аффордансы, на восприятие и понимание пользователем интернет-текстов.

Проблема влияния интернет-среды на медиатексты и стратегии взаимодействия с ними традиционно рассматривается в нескольких аспектах.

Первый – языковой – имеет отношение к жанрово-стилистическим и композиционным трансформациям медиатекста, реализуемого в интернет-среде [3–7]. Исследователи обращают внимание на появление новых и изменения традиционных жанров текстов в цифровом пространстве, трансформацию структуры текста под влиянием новейших технологий, появление у текстов новых формальных и стилистических признаков.

Второй аспект – коммуникативный – связан с изучением специфики коммуникативной ситуации, обусловленной характеристиками сетевого медиапространства, включая неоднозначность категории авторства, особенности взаимодействия пользователей с текстами, а также психологические параметры восприятия интернет-текстов [8–13].

Исследователи обращаются к новым параметрам коммуникативных практик и конкретных действий читателей, детерминированных технологическими возможностями цифровых текстов, в том числе и к проблеме скрытой манипуляции восприятием читателя и «стимулировании» определённых смысловых эффектов посредством аффордансов.

Третий аспект – технологический – касается обсуждения материально-ресурсных возможностей поддержки пользовательского опыта, создания удобного интерфейса и медиации процесса чтения / взаимодействия с текстом [14–17]. В работах этой направленности учёные рассматривают в том числе реализацию культууроформирующей, информационно-просветительской и прочих функций коммуникации с помощью технологической организации интерфейсов текстов.

В качестве интернет-текстов чаще всего рассматриваются журналистские, рекламные, образовательные материалы, сообщения блогеров, пользовательские комментарии и т. п. В меньшей степени изученным остаётся сегмент научной коммуникации, из которого в поле зрения исследователей попадают в основном тексты научно-популярного характера [18–20]. В то же время научная коммуникация, основным средством которой выступает научный текст, является одной из наиболее «резистантных» к переменам видов взаимодействия, что обусловлено базовыми свойствами и целями науки (логичность и последовательность изложения, обоснованность суждений, выражение и передача точной достоверной информации, объективность высказываний и т. д.). Фактор технологического воздействия на научный текст, а также на характер взаимодействия с ним читателя потенциально может негативно влиять на достижение целей научной коммуникации. Вопрос, в какой мере аффордансы и иные экстралингвистические и технологические средства влияют на рецепцию и интерпретацию научного интернет-текста пользователями, крайне слабо обсуждается в научной среде, однако требует пристального внимания.

Решение этой исследовательской проблемы предполагает применение нескольких

методов, направленных на получение трёх групп данных: информации о пользовательском опыте, сведений о стратегии чтения и данных о характере и точности понимания прочитанных текстов.

Цель настоящей статьи – представить алгоритм пилотного эксперимента, направленного на изучение закономерностей рецепции научных интернет-текстов пользователями в зависимости от объёма аффордансов, и обсудить предварительные результаты, полученные на данном этапе.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Эксперимент состоял в следующем.

Двум группам испытуемых был предложен для чтения один и тот же научный текст. Однако группа 1 (экспериментальная, $N = 8$) читала этот текст, снабжённый аффордансами и другими структурными и визуальными элементами (<https://sites.google.com/view/article2222/главная-страница>), а группа 2 (контрольная, $N = 8$) читала линейный текст без визуальной составляющей, шрифтовых выделений, аффордансов (<https://sites.google.com/view/article1111/главная-страница>).

Гипотеза состояла в том, что на особенности рецепции и интерпретации научного интернет-текста будут влиять наличие или отсутствие его традиционных структурных элементов (аннотация, ключевые слова), аффордансов, визуальных якорей внимания (иконические элементы, шрифтовые и цветовые выделения, увеличенный кегль некоторых слов и т. п.).

Для проверки гипотезы был проведён окулографический эксперимент с помощью айтрекера, который сопровождался полужурнализованным интервью. Также важным методом выступило прямое наблюдение за действиями испытуемых во время их взаимодействия с текстами.

Окулография выполнялась на основе айтрекинга – технологии отслеживания движений глаз человека, определения координат взора (пересечение оптической оси глазного яблока и плоскости исследуемого объекта), записи данных респондентов для дальнейше-

го исследования. С помощью айтрекера были получены данные о направлении взгляда испытуемого, локусе и длительности его зрительной фиксации. В нашем распоряжении был стационарный бесконтактный айтрекер Gaze Point GP 3 (рис. 1). Данный айтрекер отличается высокой чувствительностью, так как работает на основе метода яркого зрачка (соответствует т. н. «эффекту красных глаз» в фотографии), который даёт возможность вести точную запись результатов без учёта световых условий помещения (от яркого света до полумрака в момент проведения эксперимента) и физиологических особенностей испытуемых (цвета радужной оболочки, наличия линз, очков или яркой косметики и т. д.).

Сбор, обработка и категоризация данных айтрекинга зрительного поведения каждого испытуемого проводились с помощью программного обеспечения «Нейроиконика» с учётом трёх параметров.

1. Параметр «Движение взгляда» – карта паттернов фиксации движения глаз – позволяет проследить, в каком порядке



Рис. 1. Айтрекер, с помощью которого выполнялось исследование

Fig. 1. The eye tracker used to carry out the research

человек просматривал стимул, как двигался его взгляд, как долго задерживался на определённых элементах изображения, выводимого на экран компьютера.

2. Параметр «Тепловая карта» помогает отследить число фиксации взгляда на различных частях стимула, показывает области прямого и периферийного взгляда. При этом на тестируемое изображение накладываются цветные пятна различного спектра (от «горячих» зон, подсвечиваемых красным цветом, до «холодных», выделяемых синим).

3. Параметр «Пчелиный рой» показывает области стимула, привлёкшие наибольшее внимание. По сути, представляет собой информацию о фокусе внимания респондента и позволяет проследить последовательность знакомства с элементами стимула и длительность зрительных фиксаций.

Совокупные данные по трём указанным параметрам могут дать представление о «слепых» зонах объекта-стимула, то есть о тех частях информационного продукта, которые остаются вне зоны внимания испытуемых.

Сбор окулографической информации и UX-данных проходил в ходе айтрекинга при взаимодействии респондентов двух групп с научными интернет-текстами; вербальные комментарии были получены в ходе полуструктурированных интервью. Задания и вопросы интервью для контрольной и экспериментальной групп респондентов были одинаковыми, как и условия проведения самого эксперимента.

До знакомства с текстом испытуемому задавался ряд вопросов, цель которых – выяснить, насколько респонденту интересна научная проблематика статьи, каков его опыт взаимодействия с научным интернет-текстом, а также какие медиа он предпочитает при таком взаимодействии.

Далее каждый испытуемый читал текст с дополнительными элементами или без них, в зависимости от того, в какую группу он был включён. До прочтения текста экспериментаторы формулировали задание – изложить содержание прочитанного текста в свободной манере. Во время чтения текста зрительные паттерны и фиксации респондента запи-

сывались айтрекером. Сразу после пересказа респонденту предлагались два простых задания по поиску информации в тексте с фиксацией затраченного времени: найти определение термина «активное долголетие», полученное в ходе социологического исследования; найти процентное соотношение мужчин и женщин, придерживающихся здорового режима питания.

Заключительный этап включал ещё одно полуструктурированное интервью, в котором респондент оценивал, насколько ему была интересна статья, и что запомнилось, новизну представленной в ней информации, удобство чтения. Последний вопрос представлял собой открытый запрос пожеланий респондентов к формату и содержанию публикации.

Интерпретация полученных данных строилась с опорой на три группы данных:

1) данные, полученные в ходе окулографии (куда смотрят/не смотрят респонденты в ходе зрительного взаимодействия с текстами, как часто смотрят, какова траектория взгляда);

2) UX-данные, полученные в ходе прямого наблюдения за значимыми действиями испытуемых, зафиксированными видеокamerой (клики, время просмотра фрагментов текста, количество возвратов по кликам или обратных прокруток в ходе чтения текстов);

3) данные, полученные в ходе полуструктурированного интервью (номинации, оценочные высказывания, модальные высказывания, соответствие пропозиций в ответах респондентов фактическому содержанию научных публикаций).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Результаты анализа окулографических данных и пользовательского опыта. Данные о визуальном поведении двух групп испытуемых (группа 1 – экспериментальная, группа 2 – контрольная) вносились в таблицы по следующим индикаторам:

- зрительный фокус внимания («горячие» и «слепые» зоны);
- траектория взгляда;
- паттерны зрительного поведения при взаимодействии с текстом, обладающим или

не обладающим аффордансами и иными визуальными составляющими;

– UX-данные (клики, время чтения текста, время выполнения заданий по тексту, возвраты и обратные прокрутки текста, переходы по внешним ссылкам).

Мотивом чтения текста для группы 1 и группы 2 выступила просьба пересказать его основное содержание.

Итак, при первичном знакомстве с текстами экспериментальная группа (текст для неё содержал визуальные элементы и аффордансы) демонстрировала тенденцию к более фрагментарному и фокусированному зрительному восприятию его содержания, а испытуемые из контрольной группы читали текст последовательно, однако, пропускали целые его фрагменты. В качестве примеров рассмотрим суммарные изображения визуального поведения экспериментальной и контрольной группы по параметру «Тепловая карта» при чтении одного и того же фраг-

мента текста. Фрагменты были идентичны по содержанию, но оформлены по-разному с точки зрения наличия или отсутствия аффордансов. Можно заметить, что зоны внимания пользователей в основном сосредоточены на выделенных полужирных фрагментах текста и цифрах, данных укрупнённым кеглем (рис. 2). В то же время участники контрольной группы просматривали текст более последовательно, слева направо, без больших «слепых» пятен в начале абзаца, однако со значительным пробелом в следующей части текста (рис. 3).

При вторичном прочтении значимыми «якорями» внимания у экспериментальной группы оказались в первую очередь цифры, выделенные полужирным шрифтом и крупным кеглем, к которым респонденты возвращались перед выполнением задания – устным пересказом основного содержания текста (рис. 4).

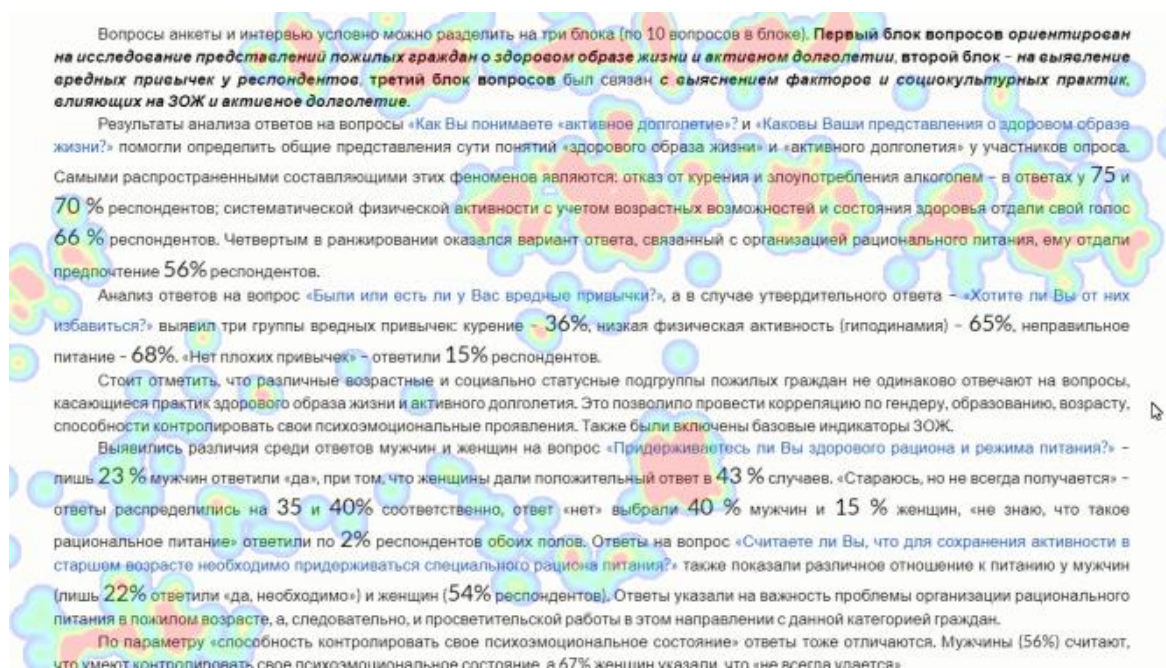


Рис. 2. Визуализация параметра «Тепловая карта» для группы экспериментальной группы (группа 1). Первичное знакомство с текстом

Fig. 2. Visualization of the “Heat Map” parameter for the experimental group (Group 1). Initial acquaintance with the text



Рис. 3. Визуализация параметра «Тепловая карта» для контрольной группы (группа 2). Первичное знакомство с текстом

Fig. 3. Visualization of the “Heat Map” parameter for the experimental group (Group 2). Initial acquaintance with the text



Рис. 4. Визуализация параметра «Движение взгляда» для респондентов экспериментальной группы. Вторичное знакомство с текстом

Fig. 4. Visualization of the “Gaze Movement” parameter for respondents in the experimental group. Secondary acquaintance with the text

Испытуемые контрольной группы приступали к его пересказу в основном после прочтения текста. Вторично текст просматривали немногие и обращались главным образом к вступительной части публикации, где был представлен обзор научной литературы по теме исследования (рис. 5). При этом респонденты скользили взглядом либо горизонтально по строчкам (лиловая линия на

рис. 5), либо вертикально, стремясь зрительно охватить фрагмент, где даётся определение ключевому понятию статьи (фиолетовая линия на рис. 5).

Для анализа «горячих» и «слепых» зон внимания мы составили таблицы, указав в них основные структурные элементы статей и подсчитав, сколько раз человек прочитывал их во время знакомства с текстами (рис. 6).

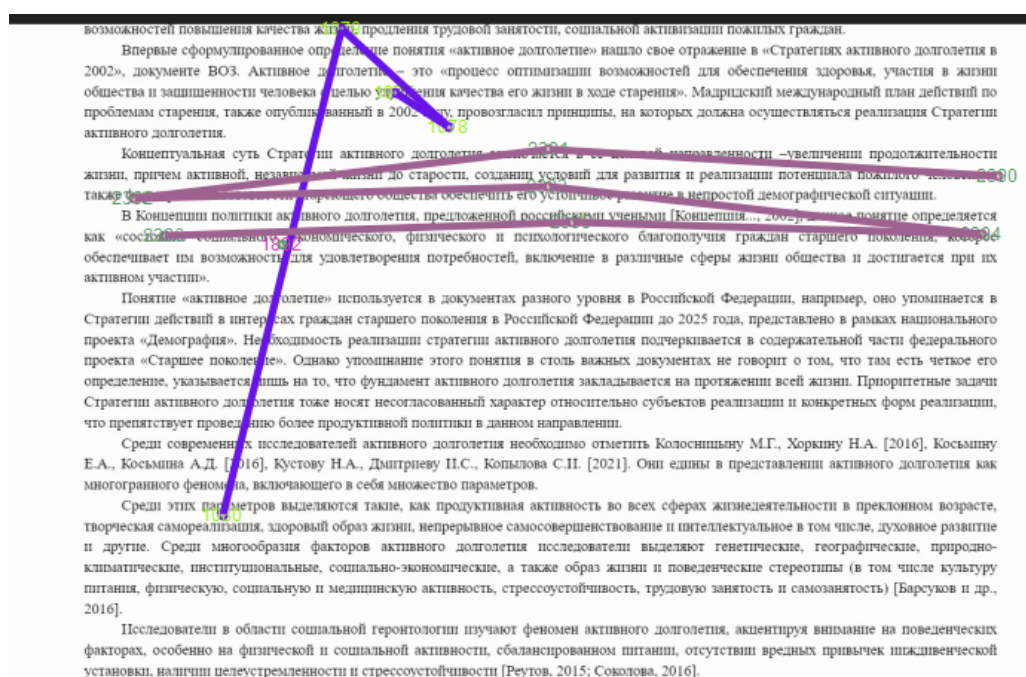


Рис. 5. Визуализация параметра «Движение взгляда» для респондентов контрольной группы. Вторичное знакомство с текстом

Fig. 5. Visualization of the “Gaze Movement” parameter for respondents in the control group. Secondary acquaintance with the text

Структурный элемент статьи	Группа 1 (экспериментальная), человек	Группа 2 (контрольная), человек
Автор	7	6
Заголовок	8	8
Аннотация	4	Отсутствовали в публикации
Ключевые слова	2	Отсутствовали в публикации
Введение	8	8
Методология	8	8
Основная часть	8	8
Заключение	6	8
Список литературы	2	1

Рис. 6. Распределение зрительных реакций респондентов на структурные элементы публикаций ($R = 8$)

Fig. 6. Distribution of visual reactions of respondents to structural elements of publications ($R = 8$)

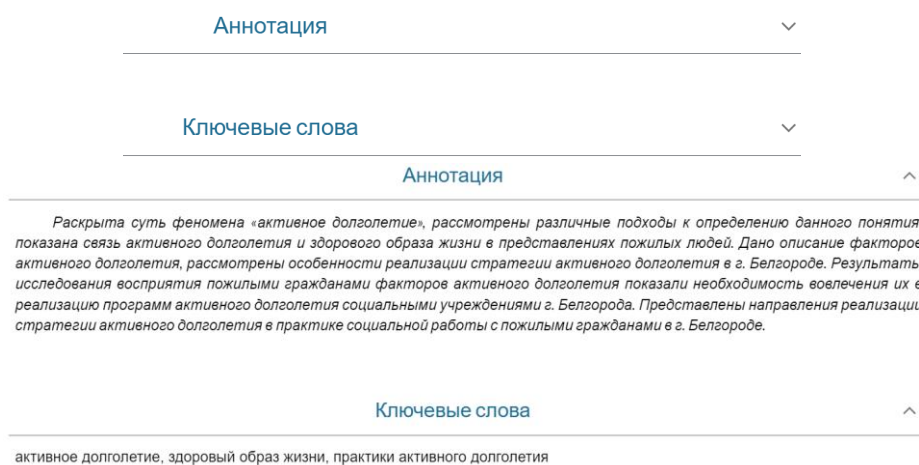


Рис. 7. Фрагмент статьи для респондентов экспериментальной группы
Fig. 7. Fragment of the article for respondents in the experimental group

Авторы публикации:
Свищева Ирина Константиновна,
старший преподаватель кафедры социальной работы, Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
г. Белгород, Россия. ORCID: 0000-0003-3240-3085.
Короткая Ирина Ивановна,
учитель СОШ No 49 с углубленным изучением отдельных предметов, г. Белгород, Россия

Статья в журнале "Научные результаты в социальной работе" (Вып. 1, 2022)

VK группа журнала

Рис. 8. Фрагмент статьи с аффордансами и иными визуальными элементами
Fig. 8. Fragment of an article with affordances and other visual elements

Текст для экспериментальной группы, напротив, был наполнен графическими и визуальными элементами, важные части статьи (аннотация, ключевые слова, заключение и список литературы) были скрыты в выпадающих списках и требовали дополнительных усилий от респондентов – нажать на кнопку, раскрывающую полный текст (рис. 7).

«Горячими» для восприятия структурными элементами публикации являлись наименование авторов, заголовки публикации, методология исследования, основная часть публикации, содержащая результаты социологического исследования, а также заключение. На наш взгляд, это объясняется мотивом для прочтения статьи – пересказ её основного содержания.

«Слепой» зоной оказались аннотация и ключевые слова, список литературы, кару-

сель изображений (внимание обращали только на стартовое изображение), а также видео. Чаще всего испытуемые не дочитывали части текста целиком, а переходили к скроллингу после беглого знакомства с началом отдельных структурных элементов или абзацев (группа 2) или после знакомства с графически выделенными элементами статьи (группа 1). В публикации, где было необходимо вызвать основное содержание элемента текста дополнительным кликом, чаще всего респонденты его не делали, вероятно, считая, что это не особенно важная часть.

В текст статьи для группы 1 были включены ссылки на веб-сайт журнала, в котором был опубликован материал, и его группу в социальной сети «ВКонтакте» (рис. 8). Только один испытуемый перешёл на сайт журнала, и никто не перешёл на страницу груп-

пы. Можно предположить, что на поведение испытуемых могло повлиять оформление ссылок на сторонние ресурсы: возможно, они не были распознаны как ссылки (они не были выделены синим цветом, текст ссылки не имел характерного подчёркивания, при наведении мышки текст не менял свой цвет). Данное наблюдение требует дополнительных исследований.

Важным элементом оценки пользовательского опыта испытуемых является затраченное на знакомство со статьёй время, а также время на выполнение заданий по тексту публикации (рис. 9).

Перед началом эксперимента формулировался общий для контрольной и экспериментальной групп мотив – прочитать текст и пересказать его основное содержание. В среднем группа 1, читавшая текст со сложной семиотической организацией, потратила 6,4 минуты на его выполнение, а группа 2, знакомившаяся с линейным и простым текстом, – 10,4 минуты. Это говорит о том, что дополнительные визуальные элементы и аффордансы влияют на скорость восприятия информации и помогают быстрее находить данные, однако, качество и эффективность восприятия информации требуют уточнения в ходе дальнейших исследований.

Вместе с тем выполнение заданий по поиску информации в тексте только частично подтвердило отмеченную нами корреляцию

между его оформлением и особенностями зрительного восприятия. Так, испытуемые должны были выполнить два задания (с замером времени их выполнения).

Задание 1. Найти в результатах социологического исследования, представленных в статье, что опрашиваемые понимали под термином активное долголетие.

Задание 2. Найти в тексте, сколько мужчин и женщин в процентном соотношении придерживаются здорового режима питания.

С первым заданием испытуемые из экспериментальной группы в среднем справились за 16,3 с, а из контрольной – за 24,3 с, что подтверждает нашу гипотезу о том, что визуально заметные элементы научного текста помогают не только лучше его понимать, но и повышают навигацию пользователей по нему. Однако результаты второго испытания, где группа 1 показала результат 13,3 с, а группа 2 – 8,9 с, оспаривают наш вывод. Судя по данным окулографии, обилие выделенного текста и укрупнённых цифр, за которые «цеплялся» взгляд пользователей, наоборот, замедляло поиск необходимой информации (рис. 10).

Результаты анализа данных интервью. Для анализа интервью были созданы 3 таблицы, отражающие разные стадии эксперимента. Ответы каждой группы испытуемых (группа 1 – экспериментальная, группа 2 – контрольная) вносились в свой набор таблиц.

Респондент (R)	Группа 1			Группа 2		
	t чтения статьи (мин)	t 3. 1 (с)	t 3. 2 (с)	t чтения статьи (мин)	t 3. 1 (с)	t 3. 2 (с)
R1 (Александра/Дарья)	10	6	4	15	47	3
R2 (Светлана/Сергей К.)	7	27	11	7	16	12
R3 (Лилия/Алина)	5	25	7	8	8	7
R4 (Родион/Сергей Б.)	7	14	33	10	42	12
R5 (Ирина Д./Марина)	5	12	5	16	10	2
R6 (Ирина Ч./Татьяна)	5	6	6	8	4	17
R7 (Алёна/Александра)	7	30	38	8	29	10
R8 (Кира/Лера)	5	10	2	11	39	8

Рис. 9. Время, затраченное респондентами группы 1 и 2 на знакомство со статьёй и поиск запрашиваемой информации по её тексту

Fig. 9. Time spent by respondents of groups 1 and 2 getting acquainted with the article and searching for the requested information in its text

Научные результаты и дискуссия

Вопросы анкеты и интервью условно можно разделить на три блока (по 10 вопросов в блоке). **Первый блок вопросов ориентирован на исследование представлений пожилых граждан о здоровом образе жизни и активном долголетии, второй блок – на выявление вредных привычек у респондентов, третий блок вопросов был связан с выяснением факторов и социокультурных практик, влияющих на ЗОЖ и активное долголетие.**

Результаты анализа ответов на вопросы «Как Вы понимаете «активное долголетие»? и «Каковы Ваши представления о здоровом образе жизни?» помогли определить общие представления сути понятий «здорового образа жизни» и «активного долголетия» у участников опроса. Самыми распространенными составляющими этих феноменов являются: отказ от курения и злоупотребления алкоголем – в ответах у 75 и 70 % респондентов; систематической физической активности с учетом возрастных возможностей и состояния здоровья отдали свой голос 66 % респондентов. Четвертым в ранжировании оказался вариант ответа, связанный с организацией рационального питания, ему отдали предпочтение 56% респондентов.

Анализ ответов на вопрос «Были или есть ли у Вас вредные привычки?», а в случае утвердительного ответа – «Хотите ли Вы от них избавиться?» выявил три группы вредных привычек: курение – 36%, низкая физическая активность (гиподинамия) – 65%, неправильное питание – 68%. «Нет плохих привычек» – ответили 15% респондентов.

Стоит отметить, что различные возрастные и социально статусные подгруппы пожилых граждан не одинаково отвечают на вопросы, касающиеся практик здорового образа жизни и активного долголетия. Значимости корреляции по гендеру, образованию, возрасту, способности контролировать свои психоэмоциональные проявления также были включены базовые индикаторы ЗОЖ.

Выявились различия среди ответов мужчин и женщин на вопрос «Получается ли Вы здорового рациона и режима питания?» – лишь 23 % мужчин ответили «да», при том, что женщины дали положительный ответ в 43 % случаев. «Стараюсь, но не всегда получается» – ответы распределились на 35 и 40% соответственно, тогда как выбрали 40 % мужчин и 15 % женщин, «не знаю, что такое рациональное питание» ответили по 2% респондентов обоих полов. Ответы на вопрос «Считаете ли Вы, что для сохранения активности в старшем возрасте необходимо придерживаться специального рациона питания?» также показали различное отношение к питанию у мужчин (лишь 22% ответили «да, необходимо») и женщин (54% респондентов). Ответы указали на важность проблемы организации рационального питания в пожилом возрасте, а следовательно, и просветительской работы в этом направлении с данной категорией граждан.

По параметру «Способность контролировать свое психоэмоциональное состояние» ответы тоже отличаются. Мужчины (56%) считают, что умеют контролировать свое психоэмоциональное состояние, а 67% женщин указали, что «не всегда удается».

Злоупотребление алкоголем и курение в качестве вредных привычек в ответах женщин указывались реже, чем в ответах мужчин.

Рис. 10. Визуализация параметра «Движение взгляда» для R4 группы 1
 Fig. 10. Visualization of the “Gaze Movement” parameter for R4 group 1

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	
1	Интересна ли тематика	В целом да. Глубже копнула бы.	Нет, на 3.	Да	Не очень.	нет	Нет.	да	Зависит от узкой темы
2	Что такое социальная работа	Был социальный проект (нет курению, алкоголю, абортам). ЗОЖ.	Работа с людьми.	Помощь детям из проблемных семей, подросткам в сложных ситуациях, организациям, которые работают с такими людьми.	Волонтерство, помощь. Экологическая организация, приют к собакам ездили.	Социальный педагог в школе. Организация, которая помогает людям, нуждающимся.	Работа с молодежью, проблемными семьями, детьми из не очень хороших семей.	Оказание помощи всем категориям населения (соц реабилитация, соц-пед деятельность, соц педагог или психолог, соц защита, пенс фонд).	Работа с людьми, социологи, организация работы с молодежью.
3	Где и в каком виде читаете статьи	В электронном (Киберленинка). Предпочитаю эд.	В интернете (Киберленинка), научный журнал для студентов, обложки прикольные. Предпочтение печатный, можно пометки делать. В эд – скачиваю, выделяю в ворде. Или	В интернете. Удобство, простота, намного проще найти, приобрести, журнал какой-то открыть. Можно в поездке какой-то,	В интернете. Проще искать актуальные статьи не выходя из дома. Выбор – печатный, т.к. можно делать пометки, выделять.	В интернете. Печатные варианты не покупаю. Выбор – печатный, так удобнее, меньше вред глазам, на бумажном носителе	В интернете, они все там, найти проще. Печать надо купить или получить. А так зашел – нашел и читаешь. Предпочт. эд., так	В интернете. Чаше попадают. Печать – надо идти в библиотеку, а есть электронный. Бумажный удобнее, пощупать, полистать, вернуться.	В интернете, так удобнее. В комп можно отметить, выделить, а печатная книга – тебе вручную нужно будет записать в

Рис. 11. Фрагмент таблицы 1 с данными интервью до окулографии (группа 1)
 Fig. 11. Fragment of table 1 with interview data before oculography (group 1)

Табл. 1 (рис. 11) содержит вопросы, которые были заданы респондентам до проведения окулографии.

1. Интересна ли вам научная проблематика в области социальной работы?
2. Как вы понимаете, что такое социальная работа?

3. В каком виде вы чаще всего читаете научные статьи – печатные или в Интернете?

4. Если в Интернете, то с какого устройства вы чаще всего читаете научные статьи – ноутбук (ПК), планшет, мобильный телефон?

Ответы (основная информация) вносились в соответствующие графы для разных респондентов (рис. 11).

Ответы на эти вопросы позволяют установить степень знакомства респондента с тематикой научной статьи, что в итоге может повлиять на характер восприятия текста (глубину и точность понимания). Кроме того, ответы дают возможность определить установки респондентов относительно готовности взаимодействия с электронными устройствами и электронными текстами.

Результаты пилотного исследования показывают, что существенные различия между *установками респондентов* в двух группах отсутствуют. Интерес к проблематике социальной работы – тематической области статьи – в обеих группах был одинаков: примерно половина респондентов в обеих группах в той или иной мере интересовалась обозначенной тематикой, и почти все испытуемые смогли обозначить те или иные аспекты социальной работы. Так, в качестве объектов социальной работы называются, в частности, инвалиды, люди без определённого места жительства, многодетные семьи, пожилые люди, неблагополучные граждане, граждане в неблагоприятных жизненных обстоятельствах, дети из проблемных семей, подростки в сложных ситуациях. Все респонденты в обеих группах имели опыт работы с научными статьями в электронном виде, а в числе достоинств электронного формата называли удобство (*не надо куда-то ходить; загрузил, открыл, прочитал; проще искать*), мобильность, экономичность (*печать дорогая, проще в Интернете; печатный надо купить*). В то же время многие опрошенные выразили желание работать с бумажным текстом, если такая возможность существует: *можно пометки делать; можно галочкой отметить, подчеркнуть; можно лежать; меньше вред глазам; бумажный удобнее пощупать, полистать, вернуться; мне нравится перелистывать*;

печатный лучше воспринимается; лучше усваивается информация.

Выбор устройства респондентами в значительной мере обусловлен видом деятельности. Для работы они предпочитают ноутбук: *с телефона больше научно-популярное, а с компьютера статьи, которые касаются диплома, курсовых; найти и просмотреть на телефоне, а потом на компьютере; на телефоне маленький экран, можно пробежаться, но читать – ноутбук; на телефоне только экстренно; если делаю домашнее задание, то через ноутбук; с ноутбука больше концентрируюсь, а с телефоном сел, лёг и на третьем абзаце ты уже не понимаешь, о чём ты читаешь.*

Табл. 2 (рис. 12) составлена на основе текста научной статьи об активном долголетии (далее – АД) «Реализация стратегии активного долголетия в практике социальной работы с пожилыми гражданами», предложенной респондентам для прочтения. Она охватывает все структурно-содержательные элементы статьи, а также наиболее важные положения, изложенные в этом научном тексте. Для составления таблицы в тексте статьи выделялись структурно-семантические блоки, в рамках которых далее отмечались подтемы или тезисы. Табл. 2 включает в порядке изложения в оригинальном тексте следующие графы:

- суть категории «активное долголетие» и перечисленные нормативные составляющие (9 составляющих);
- факторы активного долголетия (7 факторов);
- тезис «Активное долголетие не равно здоровому старению» и уточняющий его тезис «Политика была ориентирована на медицинское обеспечение и решение проблем естественного старения населения»;
- тезис: Основная роль в реализации политики АД отводится государству;
- тематика сопряжённых социологических исследований (4 темы);
- цель исследования, проводимого авторами статьи;
- гипотеза исследования;
- методика исследования;

		R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8
	ОБСУЖДАЕМЫЕ АСПЕКТЫ								
1	Суть категория «активное долголетие»	+							+
	- защищенность								
	- увеличения продолжительности жизни								
	- сохранение активности			+					
	- реализации потенциала/саморазвитие	+		+					
	- удовлетворение потребностей								
	- здоровый образ жизни								
	- духовное развитие			+					
	- соц., экон., физич. психол. благополучие			+	+				
	- продолжительная трудовая занятость								
2	Факторы активного долголетия								
	- генетические								
	- географические								
	- природно-климатические								

Рис. 12. Фрагмент таблицы 2 с данными пересказа содержания (группа 1)

Fig. 12. Fragment of table 2 with content retelling data (group 1)

- тематическое содержание опроса, проведённого авторами статьи;
- результаты исследования (9 пунктов);
- основные направления реализации стратегии АД (8 направлений).

Кроме того, отведена отдельная графа для пометок, касающихся использования языка статьи, то есть употребления тех специфических лексем и лексических единиц, встречающихся в тексте научной статьи. Такие лексические единицы можно условно отнести к двум группам: 1) отражающим суть представленной в статье проблемы (ключевое сочетание «активное долголетие», геронтология, гериатрические службы, пожилые граждане, здоровый образ жизни); 2) своего рода метатекстовые маркеры, определяющие жанровую принадлежность текста как научная статья (исследование, анкетирование, опрос, интервью, респондент, аннотация, литература).

С составлением списков таких лексем связана следующая методологическая проблема. Использование респондентами слов из статьи выступает сигналом усвоения ин-

формации, однако, не представляется возможным составить точные списки лексем предварительно, и они формируются при прослушивании интервью, достраиваются в ходе сбора и первичной обработки данных и с учётом неучтённого ранее. В ходе дальнейшей работы предполагается уточнить методику составления подобных списков.

При обработке результатов отражённая в интервью информация помечалась в таблице знаком «+», и кроме того вносились отдельные комментарии, в которых отмечалась специфика рецепции текста тем или иным респондентом.

В табл. 3 вносились ответы респондентов на вопросы, заданные после эксперимента (Интересно ли было читать? Что нового узнали? Что запомнилось? Удобно ли было читать? Что нужно убрать из статьи или добавить в неё?).

Поскольку задача нашего исследования состоит в том, чтобы выявить различия в рецепции текста разными группами респондентов – читающими текст с аффордансами (группа 1) и текст без аффордансов (группа

2), отметим некоторые *предварительные результаты*, показывающие результаты двух групп в сопоставлении.

Что касается передачи цели исследования, представленного в научном тексте, то результаты примерно одинаковые в обеих группах – все респонденты из обеих групп отметили её в своих высказываниях в ходе интервью. При этом, однако, респонденты выводят на первый план разные характеристики исследования и иногда даже подменяют категории. В научной статье *цель исследования* заявлена как «изучение представлений пожилых граждан г. Белгорода о факторах активного долголетия и здорового образа жизни». Однако в интервью мы обнаруживаем такие «сдвиги» в интерпретации, как:

- акцент на географическом факторе (г. Белгород), но удаление возрастного фактора;
- расширение географического признака до масштабов России;
- акцент на гендерных различиях;
- расширение категории граждан до обобщающего «люди»;
- перенос акцента с возрастного признака (пожилые граждане) на социальный статус (пенсионеры).

Такие смысловые трансформации характерны в равной степени для обеих групп.

Кроме того, у обеих групп полностью выпадает из пересказа содержания блок «Тематика социологических исследований», который содержал информацию об основных направлениях научных исследований по теме.

В то же время респонденты группы 1 в целом продемонстрировали более полное и точное понимание содержания публикации:

- назвали некоторые составляющие активного долголетия (респонденты группы 2 не обратились в свободном пересказе к этой категории),
- 4 респондента в группе 1 точно передали один из ключевых тезисов статьи «Активное долголетие не равно здоровому старению», тогда как в группе 2 только один респондент верно отметил различие (*активное долголетие – более многомерная штука*), а двое исказили тезис до противоположности;

– 4 респондента в группе 1 отметили государственный уровень проблемы, тогда как в группе 2 только один человек обратил внимание на этот тезис.

Также важно отметить, что в интервью после эксперимента респонденты группы 2 отмечали недостатки формата статьи и выражали пожелания к нему: *не было картинок, тяжело читать сплошной текст, и инфографики не было представлено; добавила бы визуализации; добавить диаграммы, было бы понятнее и нагляднее; некоторое пролистывала, потому что было тяжело сплошной текст; Я бы добавила картинки и сделала разделения.*

При том, что респонденты группы 1 делали некоторые предложения по улучшению вёрстки (*Изменила бы вёрстку (поля, табы). Поменьше сделать интервал; текст крупный, непонятно, зачем цифры были гораздо больше*), половина из них посчитала текст достаточно удобным для чтения и восприятия. Иными словами, текст с аффордансами в целом воспринимался более позитивно.

Видим по высказываниям, что респонденты напрямую связывают характер восприятия текста с форматом статьи и ожидают обнаружить в научном тексте средства визуализации и инфографику.

В дальнейшем при накоплении достаточного массива материала можно будет сделать более точные выводы о характере взаимосвязи между форматом научного текста и его восприятием, включая точность, полноту информации и тенденции в искажении материала.

ВЫВОДЫ

В результате пилотного экспериментального исследования мы смогли прийти к ряду выводов методологического и содержательного характера.

С методологической точки зрения дальнейшее комплексное исследование рецепции научного интернет-текста должно выстраиваться с учётом следующих обстоятельств и требований.

Во-первых, необходима обоснованная интерпретационная модель, позволяющая

соотносить данные разного характера: окулографические и UX-данные рецепции текста и взаимодействия с ним, с одной стороны, и вербальные высказывания о содержании текста и метатекстового характера – с другой.

На наш взгляд, эта модель может строиться с учётом двух ключевых переменных и соотношения их значений: *зрительная фиксация на элементе текста / поведенческая реакция на него* и *вербальная репрезентация элемента текста*. Представляется возможным построить следующую систему координат, с помощью которой можно соотнести данные окулографии / UX-анализа и интервью. В её основе могут быть следующие индикаторы: 1) элемент текста стал или не стал объектом зрительного восприятия (фиксация не менее 3 секунд) / поведенческой реакции (например, клик) и 2) элемент текста стал или не стал объектом вербальной репрезентации (был упомянут в ходе интервью). Таким образом, мы можем выделить следующие варианты соотношения данных:

1) элемент текста увиден / с элементом было взаимодействие – элемент был упомянут в интервью;

2) элемент текста увиден / с элементом было взаимодействие – элемент не был упомянут в интервью;

3) элемент текста не был увиден / с элементом не было взаимодействия – элемент был упомянут в интервью;

4) элемент текста не был увиден / с элементом не было взаимодействия – элемент не был упомянут в интервью.

Мы полагаем, что данная система координат может быть применена для оценки степени заинтересованности пользователем тем или иным элементом научного текста. Отметим, что речь в нашем случае идёт не о концептуальных или семантических элементах (концепты, понятия, идеи), а о структурно-композиционных элементах. Анализ рецепции концептуально-семантических категорий научного интернет-текста предполагает применение иных исследовательских методик и не является на данном этапе объектом нашего интереса.

Отметим также, что указанный выше вариант 3 – это достаточно интересное явление

«домысливания» содержания текста со стороны читателя. Мы частично описывали этот феномен в наших предыдущих исследованиях, посвящённых анализу интерпретации реципиентами мультимодальных медиатекстов [21], однако, реализация этой модели восприятия и понимания научного интернет-текста требует дальнейшего уточнения.

Ещё одно важное обстоятельство, которое связано с этой моделью и которое необходимо учитывать на дальнейших этапах исследования, – влияние так называемого «когнитивного бэкграунда» на тактики рецепции и модель взаимодействия с текстом. Читатель может пропускать существенные фрагменты текста (соответственно, зрительная фиксация на них отсутствует) не потому, что они ему не интересны, а потому, что они ему представляются очевидными, само собой разумеющимися, знакомыми, исходя из его личного академического опыта. Соответственно некоторые уточняющие вопросы о том, что показалось очевидным в тексте, необходимо включить в интервью.

Методологически важной является формулировка задания для испытуемых, ход и результат выполнения которого помог бы исследователям существенно ограничить сегменты эмпирического материала, требующие внимания. Данные айтрекинга в значительной степени насыщены и разнообразны, и чёткое позиционирование локусов исследования (например, на конкретных словах, структурных элементах текста или аффордансах) позволит существенно упростить задачу категоризации и концептуализации данных.

С точки зрения обработки данных интервью, предстоит уточнить методику составления списка лексем, отражающих содержание прочитанного текста в речи респондентов, а также более точно определить принципы соотношения вербальных данных и результатов UX-анализа.

Во-вторых, предварительные результаты нашего исследования позволяют сформулировать гипотезу о корреляции между опытом чтения научных текстов и характером их рецепции и интерпретации, а также между опытом интернет-коммуникации и интен-

сивностью использования аффордансов. Соответственно, эти признаки выборки должны лечь в основу формирования выборочной совокупности следующего этапа исследования.

В-третьих, технические сложности и физиологические особенности (подвижность испытуемых во время эксперимента, отвлекающие факторы окружающей среды, например, шум и разговоры, большой объём текстов, отчего респонденты уставали и отвлекались во время чтения, незаинтересованность темой публикации, отсутствие в тексте с результатами социологического исследования диаграмм). В дальнейших исследованиях следует проводить более детальный инструктаж испытуемых об особенностях работы айтрекера, это позволит исключить отсутствие записи фиксации зрительных реакций. Также стоит попробовать исключить посторонние шумы во время проведения эксперимента, так испытуемый будет меньше отвле-

каться во время чтения. Текст, насыщенный элементами, для следующего этапа исследования следует конструировать с учётом пожеланий, полученных в ходе интервью (уменьшить длину строк, добавить больше «воздуха» между значимыми элементами текста, подобрать или создать изображения, тесно связанные с содержанием публикации, уменьшить количество шрифтовых и цветовых выделений фрагментов).

Наконец, не стремясь к широким обобщениям, мы уже на материале пилотного исследования можем отметить, что текст с аффордансами воспринимается респондентами более позитивно с точки зрения трансляции информации, а текст без аффордансов вызывает целый ряд претензий к его формату. Респонденты, читавшие текст с аффордансами, в результате демонстрируют более точное понимание смысла, что продемонстрировано в данных интервью.

Список источников

1. Кресс Г. Социальная семиотика и вызовы мультимодальности // Политическая наука. 2016. № 3. С. 77-100. <https://elibrary.ru/xcgbmf>
2. Кожемякин Е.А., Дубровская Т.В. Научный интернет-текст как семиотический объект: постановка проблемы для мультимодального анализа // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3. № 1. С. 163-171. <https://elibrary.ru/oedial>
3. Дементьев В.В. Жанры и цифровизация словесности (РИНЦ и РЖ) // Русские речевые жанры. М.: Изд. дом ЯСК, 2022. С. 729-735.
4. Качмазова А.У. Креолизованный текст как жанр интернет-дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2016. № 3 (23). С. 108-110. <https://elibrary.ru/xbeuqp>
5. Клушина Н.И., Барышева С.Ф., Николаева А.В., Малыгина Л.Е. Стилистические доминанты интернет-коммуникации // Актуальные проблемы стилистики. 2020. № 6. С. 136-144. <https://elibrary.ru/kcaiy0>
6. Тошович Б. Интернет-стилистика. М.: Флинта: Наука, 2015. 238 с.
7. Шуйская Ю.В. Структура текста в интернет-формате (на примере интернет-версии журналов «9 месяцев» и «Мама и малыш») // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2014. № 4 (20). С. 381-384. <https://elibrary.ru/szlhzd>
8. Ануфриева А.А., Горбунова Е.С. Аффордансы как часть процесса идентификации объекта в зрительном поиске // Российский психологический журнал. 2022. Т. 19. № 2. С. 188-200. <https://doi.org/10.21702/rpj.2022.2.14>, <https://elibrary.ru/mdsvsu>
9. Дзялошинский И.М. Аффордансы информационно-коммуникационного универсума, или Кто стоит за спиной массмедиа // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2021. Т. 26. № 1. С. 92-98. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-92-98>, <https://elibrary.ru/ynqurc>
10. Зверева Е.А., Стрыгина О.А. Трансформация авторства в сетевых медиа // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 4 (46). С. 123-132. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10416>, <https://elibrary.ru/klpujy>
11. Степановских К.О. Влияние задачи и прошлого опыта на восприятие аффордансов // Психология познания: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. памяти Дж.С. Брунера / отв. ред. И.Ю. Владимиров, С.Ю. Коровкин. Ярославль: ООО «Филигрань», 2023. С. 305-309. <https://elibrary.ru/eqwbhg>

12. Христофорова Н.И. Адресованность в электронном научно-популярном тексте с невербальной составляющей // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1 (80). С. 277-280. <https://doi.org/10.24411/1991-5497-2020-00112>, <https://elibrary.ru/izumet>
13. Человек и его дискурс – 6: дигитализация коммуникативных практик / отв. ред. М.Р. Желтухина. Москва; Волгоград: ООО «ПринТерра-Дизайн», 2020. 384 с. <https://elibrary.ru/tpunfo>
14. Бочарова А.В. Особенности симбиотических отношений вербальной и невербальной знаковых систем в контексте интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. № 7-2 (61). С. 56-60. <https://elibrary.ru/wbcswj>
15. Масланов Е.В., Фейгельман А.М. Неявное знание в интернет-коммуникации: интерфейс как механизм производства неявного знания // Вестник Томского государственного университета. 2020. № 460. С. 77-83. <https://doi.org/10.17223/15617793/460/9>, <https://elibrary.ru/zyjnxn>
16. Медведева А.Р. Аффордансы интерфейса культурно-просветительской журналистики (на примере сайта «Арзамас») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2 (40). С. 115-120. <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10213>, <https://elibrary.ru/urjalc>
17. Щекотуров А.В. Интерфейс социальных сетей как репрезентация культурных смыслов // Слово.ру: балтийский акцент. 2018. Т. 9. № 4. С. 43-53. <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2018-4-4>, <https://elibrary.ru/ypeyot>
18. Трофимова О.В., Набиева Е.А. Исследование сетевого просветительского жанра на примере медиа-проекта Newtonew // Медиалингвистика. 2018. Т. 5. № 3. С. 314-329. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.305>, <https://elibrary.ru/ywwnzb>
19. Самсонова А.А. Возражение в продвигающем научно-популярном гипермедиа-тексте // Коммуникация в современном мире: материалы Междунар. науч.-практ. конф. исследователей и преподавателей журналистики, рекламы и связей с общественностью. Ч. 1. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2023. С. 146-148. <https://elibrary.ru/zdfits>
20. Христофорова Н.И. Видеовербальный электронный научно-популярный текст как целостное информационное пространство // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2021. № 1. С. 182-185. <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.01.36>, <https://elibrary.ru/eoqhzn>
21. Белоедова А.В., Кожемякин Е.А., Тяжлов Я.И. Влияние вербального комментария на интерпретацию визуального медиасообщения: мультимодальный подход // Медиалингвистика. 2020. Т. 7. № 4. С. 445-461. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.406>, <https://elibrary.ru/iltvyp>

References

1. Kress G. Social semiotics and the challenge of multimodality. *Politicheskaya nauka = Political Science*, 2016, no. 3, pp. 77-100. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xcgmbf>
2. Kozhemyakin E.A., Dubrovskaya T.V. Academic web text as a semiotic object: a problem for the multimodal analysis. *Dinamika mediasistem = Dynamics of Media Systems*, 2023, vol. 3, no. 1, pp. 163-171. (In Russ.) <https://elibrary.ru/oedial>
3. Dement'ev V.V. Zhanry i tsifrovizatsiya slovesnosti (RINTs i RZh) [Genres and digitalization of literature (RSCI and RJ)]. *Russkie rechevye zhanry* [Russian Speech Genres]. Moscow, Languages of Slavic Cultures Publishing House, 2022, pp. 729-735. (In Russ.)
4. Kachmazova A.U. Creolized text as a genre of internet discourse. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki = Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics*, 2016, no. 3 (23), pp. 108-110. (In Russ.) <https://elibrary.ru/xbeuqp>
5. Klushina N.I., Barysheva S.F., Nikolaeva A.V., Malygina L.E. Web communication stylistic dominants. *Aktual'nye problemy stilistiki = Actual Problems of Stylistics*, 2020, no. 6, pp. 136-144. (In Russ.) <https://elibrary.ru/kcaiy0>
6. Toshovich B. *Internet-stilistika* [Web Stylistic]. Moscow, Flinta, Nauka Publ., 2015, 238 p. (In Russ.)
7. Shuiskaya Yu.V. The structure of the text in the internet format (on the example of the internet form of magazines "9 months" and "Mom and baby"). *XXI vek: itogi proshlogo i problemy nastoyashchego plyus = XXI Century: Resumes of the Past and Challenges of the Present Plus*, 2014, no. 4 (20), pp. 381-384. (In Russ.) <https://elibrary.ru/szlhzd>

8. Anufrieva A.A., Gorbunova E.S. Affordances as part of the process of object identification in visual search. *Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal = Russian Psychological Journal*, 2022, vol. 19, no. 2, pp. 188-200. (In Russ.) <https://doi.org/10.21702/rpj.2022.2.14>, <https://elibrary.ru/mdsvsu>
9. Dzyaloshinskii I.M. The affordances of the information and communication universe, or who is behind the mass media. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika = RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2021, vol. 26, no. 1, pp. 92-98. (In Russ.) <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2021-26-1-92-98>, <https://elibrary.ru/ynqurc>
10. Zvereva E.A., Strygina O.A. Transformation of authorship in network media. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2022, no. 4 (46), pp. 123-132. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2022-10416>, <https://elibrary.ru/klpujy>
11. Stepanovskikh K.O. Vliyanie zadachi i proshlogo opyta na vospriyatie affordansov [The influence of task and past experience on the perception of affordances]. In: Vladimirov I.Yu., Korovkin S.Yu. (executive ed.). *Sbornik materialov Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii pamyati Dzh.S. Brunera «Psikhologiya poznaniya»* [Proceedings of the All-Russian Scientific Conference in memory of J.S. Bruner “Psychology of Cognition”]. Yaroslavl, LLC Filigran, 2023, pp. 305-309. (In Russ.) <https://elibrary.ru/eqwbhg>
12. Khristoforova N.I. The category of addressing in electronic popular scientific text with a non-verbal component. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya = World of Science, Culture, Education*, 2020, no. 1 (80), pp. 277-280. (In Russ.) <https://doi.org/10.24411/1991-5497-2020-00112>, <https://elibrary.ru/izumet>
13. Zheltukhina M.R. (executive ed.). *Chelovek i ego diskurs – 6: digitalizatsiya kommunikativnykh praktik* [Person and his Discourse – 6: Digitalisation Ofcommunicative Practicies]. Moscow, Volgograd, LLC PrinTerra-Dizain, 2020, 384 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/tpunfo>
14. Bocharova A.V. Peculiarities of symbiotic relationship of verbal and non-verbal sign systems in the context of internet communication. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki = Philology. Theory & Practice*, 2016, no. 7-2 (61), pp. 56-60. (In Russ.) <https://elibrary.ru/wbcswj>
15. Maslanov E.V., Feigel'man A.M. Tacit knowledge in internet communication: interface as a machine for tacit knowledge production. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Journal*, 2020, no. 460, pp. 77-83. (In Russ.) <https://doi.org/10.17223/15617793/460/9>, <https://elibrary.ru/zyjnax>
16. Medvedeva A.R. Interface affordance of cultural and educational journalism (on the example of the “Arzamas”). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya = Sign: Problematic Field in Mediaeducation*, 2021, no. 2 (40), pp. 115-120. (In Russ.) <https://doi.org/10.47475/2070-0695-2021-10213>, <https://elibrary.ru/urjalc>
17. Shchekoturov A.V. Social media interfaces as a representation of cultural meanings. *Slovo.ru: baltiiskii aktsent = Slovo.ru: Baltic Accent*, 2018, vol. 9, no. 4, pp. 43-53. (In Russ.) <https://doi.org/10.5922/2225-5346-2018-4-4>, <https://elibrary.ru/yypeyot>
18. Trofimova O.V., Nabieva E.A. the research of enlightening network genre by media-project Newtonew. *Medialingvistika = Media Linguistics*, 2018, vol. 5, no. 3, pp. 314-329. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu22.2018.305>, <https://elibrary.ru/ywwnzb>
19. Samsonova A.A. Vozrazhenie v prodvigayushchem nauchno-populyarnom gipermediatekste [Objection in a promoting popular science hypermedia text]. *Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii issledovatelei i prepodavatelei zhurnalistiki, reklamy i svyazei s obshchestvennost'yu «Kommunikatsiya v sovremennom mire»* [Proceedings of the International Scientific and Practical Conference of Researchers and Teachers of Journalism, Advertising and Public Relations “Communication in the Modern World”]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2023, pt. 1, pp. 146-148. (In Russ.) <https://elibrary.ru/zdfits>
20. Khristoforova N.I. Video-verbal electronic popular science text as an integral information space. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnye nauki Modern Science: Actual Problems of Theory and Practice. Series: Humanities*, 2021, no. 1, pp. 182-185. (In Russ.) <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.01.36>, <https://elibrary.ru/eoqhzn>
21. Beloedova A.V., Kozhemyakin E.A., Tyazhlov Ya.I. Impact of verbal comment on interpretation of visual message: multimodal approach. *Medialingvistika = Media Linguistics*, 2020, vol. 7, no. 4, pp. 445-461. (In Russ.) <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.406>, <https://elibrary.ru/iltvyp>

Информация об авторах

Белоедова Анна Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-9766-270X>, beloedova@bsu.edu.ru

Вклад в статью: идея, анализ литературы, работа с первичным материалом, сбор данных, выполнение эксперимента, анализ данных, написание части текста статьи.

Дубровская Татьяна Викторовна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация; заведующая кафедрой «Английский язык», Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-0044-6056>, dubrovskaya@bsu.edu.ru

Вклад в статью: идея, выполнение эксперимента, обработка и редактирование материала, анализ полученных результатов, анализ данных, написание части текста статьи.

Кожемякин Евгений Александрович, доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация; директор центра развития научных компетенций Школы коммуникаций факультета креативных индустрий, Высшая школа экономики, г. Москва, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0003-2991-1011>, kozehmyakin@bsu.edu.ru

Вклад в статью: идея, разработка дизайна исследования, выполнение эксперимента, анализ данных, написание части текста статьи, окончательное одобрение рукописи.

Тяжлов Ян Игоревич, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-8403-0711>, tyazhlov@bsu.edu.ru

Вклад в статью: идея, анализ литературы, выполнение эксперимента, работа с первичным материалом, сбор данных, анализ данных, написание части текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 12.06.2023
Поступила после рецензирования 08.09.2023
Принята к публикации 14.09.2023

Information about the authors

Anna V. Beloedova, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Communication, Advertising and Public Relations Department, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-9766-270X>, beloedova@bsu.edu.ru

Contribution: idea, literature analysis, working with primary material, data acquisition, experiment performing, data analysis, part of manuscript text drafting.

Tatyana V. Dubrovskaya, Dr. habil (Philology), Associate Professor, Professor of Communication, Advertising and Public Relations Department, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation; Head of English Language Department, Penza State University, Penza, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-0044-6056>, dubrovskaya@bsu.edu.ru

Contribution: idea, experiment performing, material processing and editing, analysis of the results obtained, data analysis, part of manuscript text drafting.

Evgeny A. Kozhemyakin, Dr. habil (Philology), Professor, Head of Communication Studies Department, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation; Director of Development of Scientific Competencies of the School of Communications Center of Creative Industries Faculty, Higher School of Economics, Moscow, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0003-2991-1011>, kozehmyakin@bsu.edu.ru

Contribution: idea, study design development, experiment performing, data analysis, part of manuscript text drafting, final approval of the manuscript.

Yan I. Tyazhlov, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Journalism Department, Belgorod National Research University, Belgorod, Russian Federation. <https://orcid.org/0000-0002-8403-0711>, tyazhlov@bsu.edu.ru

Contribution: idea, literature analysis, experiment performing, working with primary material, data acquisition, data analysis, part of manuscript text drafting.

There is no conflict of interests.

Received June 12, 2023
Revised September 8, 2023
Accepted September 14, 2023