

На правах рукописи



Вдовиченко Елизавета Анатольевна

**ПОЛИТИЧЕСКИЙ МЕДИАТЕКСТ
ДЛЯ ДЕТСКОГО И ПОДРОСТКОВОГО ВОЗРАСТА:
КОРРЕЛЯЦИИ В ДИАДЕ «ТЕКСТ-СТИМУЛ – ТЕКСТ-РЕАКЦИЯ»**

5.9.8. Теоретическая, прикладная
и сравнительно-сопоставительная лингвистика
(филологические науки)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора филологических наук

Кемерово – 2025

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кемеровский государственный университет» на кафедре теории и методики преподавания гуманитарных дисциплин.

Научный консультант: доктор филологических наук, профессор
Каменева Вероника Александровна.

Официальные оппоненты:

Ермоленкина Лариса Ивановна, доктор филологических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Томский государственный педагогический университет», кафедра теории языка и методики обучения русскому языку, профессор;

Нестерова Наталья Георгиевна, доктор филологических наук, профессор, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет», кафедра русского языка как иностранного, профессор;

Седых Аркадий Петрович, доктор филологических наук, профессор, автономная некоммерческая организация высшего образования «Московский международный университет», кафедра общегуманитарных наук и массовых коммуникаций, профессор.

Ведущая организация:

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ивановский государственный университет».

Защита состоится «7» февраля 2026 года в 10 час. 00 мин. на заседании диссертационного совета 24.2.315.08, созданного на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кемеровский государственный университет», по адресу: 650000, г. Кемерово, ул. Красная, 6.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте Кемеровского государственного университета: <https://kemsu.ru/science/dissertation-councils/diss-24-2-315-08/protects/111310/>

Автореферат разослан «___» ноября 2025 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Денисова
Эльвира Степановна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

В отличие от российских СМИ, зарубежные охватывают не только массовую читательскую аудиторию, но и детей и подростков, публикуя статьи в специализированных журналах, тем самым вовлекая их в мировую политику с раннего возраста. Относительно недавно в сети Интернет стали доступны франкоязычные журналы, ориентированные на читателей возраста 8–12 лет и 10–15 лет, в которых освещаются политические события мира, и молодые читатели могут не только ознакомиться с содержанием медиатекстов, но и оставить комментарии к ним.

Данное диссертационное исследование посвящено комплексному анализу медиатекстов политической тематики на франкоязычном материале, ориентированных на читателей детского и раннего подросткового возраста, и комментариев, оставленных ими к этим текстам.

Большое внимание ученых привлекают тексты, размещенные в сети Интернет. Рассматриваются интернет-посты, выложенные в определенной социальной сети (О. Р. Алевизаки, К. А. Бояринцева, М. А. Деминова, К. В. Дементьева, М. А. Деминова, Е. А. Кукина, Е. С. Дорощук, Н. В. Кобрин, С. Г. Носовец, Т. Цзен, М. А. Мартынова); изучаются лингвистические особенности медиатекста (Н. В. Беляева, Е. В. Гордиенко, Е. С. Катканова, М. П. Козьма, Е. А. Якимущкина, А. А. Кошман, Е. П. Кривцева, А. В. Моисеева, Д. С. Нефедова, И. И. Каштанова, М. С. Омельченко, Н. М. Стеценко, М. Н. Эмикан, Е. А. Морозов, К. К. Рамазанова, D. Gao, A. E. Bazanova). Во всех работах отмечается, что интернет-текст обладает воздействующей силой благодаря тем средствам, которые применяет автор, так как текст – это «не сумма компонентов, а цельное произведение, имеющее целеустановку, функциональное назначение и обладающее авторской модальностью»¹, то есть имеет прагматические и функциональные качества.

Медиатекст – частный вид текста, существующий в медиасреде и включающий в себя аудиовизуальные компоненты. По словам Ф. Г. Фаткуллиной и Р. Р. Хабирова, медиатексты оказывают большое влияние на жизнь общества: из них люди получают информацию о мире, и благодаря им формируют свою систему представлений о мире.

Т. Г. Добросклонская все исследования по медиатексту объединила в единую дисциплину – медиалингвистику. Она отмечала, что из-за активного роста текстового корпуса и жанрового разнообразия медиатекстов следует выделить такое направление, как медиатекстология, и структурировать представление об изменении современной медиаречи.

¹ Валгина, Н. С. Теория текста: учебное пособие / Н. С. Валгина. – М.: Логос, 2003. – С. 3

Медиатексты, представленные в Интернете, могут быть прокомментированы читателями. Интернет-комментарий считается устно-письменной формой речи. Учеными выявлены как языковые, так и неязыковые особенности комментариев, стратегии и тактики их написания. Интернет-комментарии расклассифицированы по видам и типам и рассмотрены в лингвоперсонологическом, лингвокультурологическом, аксиологическом и лингвопрагматическом аспектах (К. В. Будко, С. Ж. Ергалиева, Н. В. Мельник, А. В. Колмогорова, С. Р. Ахмадеева, Л. Г. Ким, О. Н. Кондратьева, И. В. Савельева, Т. П. Понятина, К. А. Попова, А. А. Рольгайзер, А. В. Романтовский, А. В. Степанова, С. Ю. Шарыпов, Е. А. Чусовитина, А. С. Зобнина).

Однако данные работы направлены на изучение медиатекста, ориентированного на массовую (взрослую) аудиторию. Данное явление связано с тем, что текст СМИ в основном создается для взрослой многочисленной целевой аудитории. Ученых интересуют не только медиатексты, но и интернет-комментарии к ним, написанные людьми старше 18 лет. Таким образом, за рамками данных исследований оказались такие параметры адресатов текстов, как младший возраст, гендер или социальный статус.

Актуальность настоящего диссертационного исследования обусловлена несколькими причинами. Во-первых, требуется систематизация знаний в области медиатекстологии: подробное описание структуры в целом и структурных компонентов новостного текста для детской и подростковой аудитории. Во-вторых, появление новой читательской аудитории, которой адресованы политические медиатексты, – детской и подростковой – предполагает выявление новых способов подачи новостной информации политической тематики. В-третьих, фокусирование внимания на диаде «текст-стимул – текст-реакция» позволяет получить новое знание о научном объекте в рамках интегративного ракурса исследования для решения актуальных задач, стоящих перед современной лингвистикой.

Степень разработанности научной проблемы. Сегодня многие ученые посвящают исследования политическому дискурсу СМИ, под которым они понимают как саму речь политического деятеля, так и текст, созданный журналистом и опубликованный в газете, поэтому иногда называют его политическим медиадискурсом, политическим массмедийным дискурсом, новостным дискурсом. Следовательно, политический дискурс СМИ – это совокупность политических медиатекстов, в которых автор сообщает о происходящих в мире событиях.

Зарубежными учеными относительно недавно выявлены структуры изложения новостной информации, названия которых определены по видовому сходству с объектами материального мира: «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида), «Pyramid» (Пирамида), «Diamond» (Бриллиант), «Martini Glass» (Бокал

мартини), «Kebab» (Кебаб). Структура «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида) считается самой эффективной и применимой для передачи новостей взрослой (массовой) аудитории, что подтверждают как зарубежные (Z. Dai, H. Taneja, R. Huang, J. P. Mohapatra, E. Segel, J. Heer, H. Sjøvaag, T. A. Pedersen, O. M. Lægreid, L. L. Younus, I. Zahid, F. Boons, H. Zhang, H. Liu и др.), так и отечественные ученые (Л. К. Лободенко, А. А. Черкашина, Д. Д. Шишкова). На сегодняшний день подробно изучены только структурные компоненты «Inverted pyramid» (Перевернутой пирамиды) и отсутствует детальное описание компонентов других структур новостного текста. Не изучены и функции структурных компонентов в зависимости от архитектоники новостного текста и трактовки таких понятий, как «Beginning» (Начало), «Middle» (Середина), «End» (Конец), «Kicker» (Кикер). Исследования структуры новостного текста политической тематики, ориентированного на аудиторию детского и подросткового возраста, тоже отсутствуют.

Новостной текст сопровождается иллюстративным материалом, который хорошо исследован в медиатекстах, ориентированных на взрослую читательскую аудиторию, но не детскую и подростковую: выделены функции изобразительного материала, его типы, виды его взаимосвязи с текстом (А. В. Гуслякова, Е. А. Еремина, Е. Н. Ермолаева, Н. В. Потапова, В. В. Королева, Е. Е. Чикина, Ю. С. Иванова, М. И. Парамонова, А. Р. Резникова, А. Л. Свитич, Л. В. Чередниченко).

Согласно существующим исследованиям по новостному медийному дискурсу, до настоящего времени не выявлены оптимальные вербальные и визуальные компоненты для создания политического медиатекста, рекомендованного читателям детского и подросткового возраста.

Объектом исследования является корреляция составляющих политического медиатекста и текста-реакции читателей детского / подросткового возраста, **предметом** – системно-функциональные, языковые и структурные особенности политического медиатекста и текста-реакции читателей детского / подросткового возраста.

Цель работы – выявить и систематизировать теоретические основания для применения комплексного автороцентрического и адресатоцентрического подходов к исследованию политического медиатекста (текста-стимула) и комментариев к нему (текстов-реакции), определив типы корреляции и их корреляционные коэффициенты для прогнозирования эффективности подачи новостной информации для детей и подростков.

В соответствии с поставленной целью ставятся следующие **задачи**:

1. Провести критический анализ существующих исследовательских работ, посвященных политическому медийному дискурсу и текстам-реакциям, для выявления их особенностей.

2. Раскрыть особенности структуры новостного текста политической тематики для детской и подростковой аудитории: их структурные компоненты с учетом семантики, обозначив их основные функции.

3. Описать структуры текстов-реакций, оставленных детьми и подростками на политические медиатексты, и обосновать при помощи корреляционного анализа их (не)зависимость от структур текстов-стимулов.

4. Выявить особенности креолизации политического медиатекста для аудитории детского и подросткового возраста.

5. Определить стратегии и тактики, реализуемые авторами в политических медиатекстах для детей и подростков, и выявить влияние их языковых средств на параметры оценки сложности текста (удобочитабельность, «тошноту» и «воду» текста), а также при помощи корреляционного анализа установить взаимосвязь между показателями данных параметров и количеством текстов-реакций.

6. Обосновать зависимость стратегий и тактик, реализуемых детьми и подростками в текстах-реакциях, от их фоновых знаний и вербальной и визуальной составляющих политического медиатекста, проведя корреляционный анализ.

7. Сформулировать основные теоретические положения корреляционной теории политического медиатекста и текста-реакции, составленного читателями детского и подросткового возраста.

В соответствии с задачами используются следующие **методы**:

- прием сплошной выборки для формирования базы исследования, то есть сбор политических медиатекстов, ориентированных на детей и подростков, и комментариев к ним;
- количественный метод для сбора и анализа числовых данных;
- сравнительно-сопоставительный анализ как для исследования текстов-стимулов, так и для изучения текстов-реакций;
- анализ словарных дефиниций для изучения определений политической терминологии, имеющейся в исследуемых текстах-стимулах;
- метод контент-анализа, согласно которому во внимание принимались качественные характеристики анализа комментариев детей и подростков к новостным текстам политической тематики;
- метод стилистического анализа для изучения текстов-реакций;
- понятийно-терминологический анализ для дополнения, систематизации понятий «новостной политический дискурс», «Title» (Заголовок); «Lead»

(Вводка); «Nut graf» (Ключевой абзац); «Tail» (Хвост); «Kicker» (Кикер); «The Turn» (Точка перехода); «Storytelling» (Повествование); «Body» (Тело); «Anecdote» (Повествовательный крючок); «Background» (Фон); «Beginning» (Начало); «Middle» (Середина); введения новых терминов, связанных с названием новых структур новостного текста («Cake» (Торт)), текстов-реакций («Колокольчик», «Колокол», «Бокал», «Торт») и терминов, связанных с названием новых структурных компонентов текстов-реакций («Body» (Тело); «Truncated Body» (Усеченное тело); «Background» (Фон); «Kicker» (Кикер));

- статистический метод для определения оценки сложности текста (удобочитабельность, «тошнота» и «вода» текста) при помощи онлайн-программ Advego и Editpad, которые учитывают язык материала исследования – французский;

- корреляционный анализ для выявления зависимости между переменными текста-стимула (тема; структура; структурные компоненты; терминология; иллюстративно-изобразительный / видеоматериал) и текста-реакции (количество комментариев по теме медиатекста, содержащих информацию из структурных компонентов / содержащих дополнительную информацию / реагирующих на медиаматериал; структура; терминология).

Общетеоретическую и методологическую базу исследования составили работы отечественных и зарубежных ученых в области:

- *политической лингвистики* (Н. В. Агапкин, Д. Р. Акопова, Н. И. Андреев, Э. Аслан, Э. В. Будаев, Ю. В. Винник, Р. Р. Газизов, Ю. В. Газинская, Т. М. Грушевская, Т. В. Забело, С. В. Иванова, А. Е. Истомина, Н. Н. Корнилаева, Ю. В. Кунина, Н. И. Лавринова, Г. В. Лукьянова, Н. Н. Малый, Т. В. Марченко, О. Л. Михалёва, К. В. Никитина, М. А. Рясина, О. О. Сподарец, А. Таткенова, А. П. Чудинов, Д. З. Шапиева, Е. И. Шейгал, Р. А. Chilton, C. Schäffner);

- *медиалингвистики* (Р. Г. Бабаева, Е. Ю. Баженова, Н. В. Беляева, Я. А. Бохан, М. Н. Володина, Н. А. Гончарова, Т. Г. Добросклонская, Л. Р. Дускаева, Д. Б. Измаилян, Т. А. ИONOва, М. Ю. Казак, М. А. Ковальчукова, Н. В. Мельник, А. В. Моисеева, А. С. Титлова, Е. В. Полякова, Н. Г. Нестерова, Н. Н. Панченко, Г. В. Пименова, Н. В. Погребняк, А. М. Пыж, К. К. Рамазанова, Ю. Н. Родионов, Х. Х. Чинь, Т. А. Van Dijk, D. Gao, А. Е. Bazanova, D. D. Shishkova);

- *медиатекстологии* (А. Р. Давыдова, Т. С. Дроняева, А. С. Жуков, Л. В. Иванова, А. В. Колесниченко, Л. К. Лободенко, А. А. Черкашина, R. Arfiyanti, Syihabuddin, V. S. Damaianti, D. Anshori, A. Bell, C. Chana, S. Tangkiengsirisin, Z. Dai, R. Huang, H. Taneja, T. DeAngelo, N. Yegiyani, M. Gilliespie, J. Toynbee, J. P. Mohapatra, A. Rafiee, W. Spooren, J. Sanders, A. Sahan, H. Zhang, H. Liu);

• *медиакоммуникации* (Л. Р. Абдуллина, А. В. Агеева, Т. В. Алтухова, Т. В. Аникина, А. В. Анненкова, Е. А. Таныгина, Р. В. Попадинец, Е. В. Бирюкова, В. А. Собянина, Ю. В. Волкова, К. В. Будко, Б. Г. Вульфович, Н. Д. Голев, В. С. Мельникова, Д. А. Юнг, С. Ж. Ергалиева, С. Ю. Имбер, Л. Г. Ким, О. Н. Кондратьева, Л. В. Кудрина, В. А. Митягина, А. А. Мусохранова, О. А. Крапивкина, Е. В. Новгородова, К. В. Рензяева, И. В. Савельева, М. А. Сёмкин, Т. И. Стексова, А. В. Трифонова, Д. В. Шапочкин, Е. В. Холодковская, Е.-J. Lee);

• *креолизации текста* (Е. Е. Анисимова, Е. А. Артемова, Р. Барт, А. Ю. Ветлугина, Е. В. Вильчикова, Ю. В. Винник, М. Б. Ворошилова, М. В. Громенко, А. В. Гусякова, К. В. Дементьева, А. Р. Демина, О. А. Корда, М. Ю. Рябова, А. Л. Свитич, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, Л. В. Чередниченко, О. Ю. Черникова, М. Н. Эмикан);

• *возрастной психологии* (Т. Ю. Артюхова, Т. В. Шелкунова, Ю. Е. Водяха, С. А. Водяха, Л. Ц. Кагермазова, А. А. Катерина, И. Ю. Кулагина, К. М. Цыпнятова, С. Г. Суханова, Д. Б. Эльконин).

Материалом исследования послужили отобранные приемом сплошной выборки за период 2013–2023 гг. медиатексты политической тематики (92509 знаков без пробелов и 22 минуты звучащего текста) из франкоязычного журнала «l'jourlactu», ориентированного на детей 8–12 лет (в соответствии с рекомендациями журнала по возрастной читательской категории), и комментарии к ним (43665 знаков без пробелов); медиатексты политической тематики (105426 знаков без пробелов) из франкоязычного журнала «GEOAdo», ориентированного на подростков 10–15 лет (в соответствии с рекомендациями журнала по возрастной читательской категории), и комментарии к ним (76004 знака без пробелов).

Приведенные в качестве примеров комментарии, оставленные аудиторией детского и подросткового возраста, сохраняют орфографию и пунктуацию источника.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. Разработана методика исследования диады «текст-стимул – текст-реакция», включающая в себя изучение тематики, архитектоники, лексической составляющей как новостного текста политической тематики, так и комментариев, оставленных к ним, а также иллюстративно-изобразительного / видеоматериала и реакции на него.

2. Впервые применены одновременно два подхода исследования – автороцентрический и адресатоцентрический, которые позволили выявить особенности восприятия новостной информации политической тематики детьми и подростками.

3. Разработаны модели структур новостных текстов «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида), «Pyramid» (Пирамида), «Diamond» (Бриллиант), «Martini Glass» (Бокал мартини), «Kebab» (Кебаб) с указанием семантики компонентов, имеющихся в них. Выявлена и описана новая структура новостного текста политической тематики – «Cake» (Торт).

4. Выявлены стратегии и тактики, реализуемые авторами политических медиатекстов, рекомендованных читателям 8–15 лет: информационно-просветительская стратегия (информационная и образовательная тактики); стратегия формирования гражданской позиции (тактика пробуждения интереса к новостным событиям и тактика инициирования диалога); стратегии на повышение или понижение имиджа политика.

5. Определены способы введения терминологии в новостные тексты для детей и подростков: синонимическое толкование; перифраз с усечением словарного описания; перифраз с указанием на основной признак; прямое толкование из толкового словаря.

6. Разработаны модели структур текстов-реакций детей и подростков на политический медиатекст: «Колокольчик», «Колокол», «Пирамида», «Перевернутая пирамида», «Бриллиант», «Бокал», «Кебаб», «Торт».

7. Выявлены стратегии и тактики, реализуемые детьми и подростками в текстах-реакциях на политические медиатексты: стратегии с разным уровнем осведомленности с новостной информацией и стратегия реагирования.

8. Введены новые термины, обозначающие структурные компоненты текста-реакции: «Body» (Тело), «Truncated Body» (Усеченное тело), «Background» (Фон), «Kicker» (Кикер).

9. Установлены типы корреляции между составляющими политического медиатекста и текстами-реакциями, оставленными читателями детского / подросткового возраста: а) корреляции между количеством текстов-стимулов, изложенных по определенной структуре и количеством текстов-реакции; б) темами текстов-стимулов и количеством текстов-реакций, оставленных к новостным текстам одной тематики; в) темами текстов-стимулов и количеством текстов-реакций, содержащих дополнительные факты; г) структурными компонентами текстов-стимулов и количеством текстов-реакций, содержащих информацию из этих структурных компонентов; д) видом структуры текста-стимула и видом структуры текста-реакции; е) типом введения политического термина в текст-стимул и количеством текстов-реакций, содержащих данный политический термин; ж) иллюстративным материалом и количеством текстов-реакции на него.

10. Сформулированы основные тезисы корреляционной теории политического медиатекста и текста-реакции, оставляемого читателями детского и подросткового возраста.

Теоретическая значимость исследования заключается во внесении вклада в следующие теории и научные направления:

1. В развитие медиатекстологии. Систематизированы, подробно описаны существующие структуры изложения новостной информации (их компоненты и функции), а также выявлена новая – «Cake» (Торт), используемая в политических медиатекстах для детей. Определены критерии подбора иллюстративно-изобразительного материала авторами новостных текстов политической тематики, ориентированных на аудиторию детского и подросткового возраста.

2. В развитие политической лингвистики. Определены и конкретизированы способы введения политической терминологии в новостные тексты для детского и подросткового возраста, которые способствуют популяризации терминов данной сферы среди читателей. Дополнен и систематизирован понятийно-терминологический аппарат для описания структурных компонентов медиатекста. Выявлены стратегии, тактики и способы их реализации, применяемые автором медиатекста.

3. В развитие медиалингвистики. Выявлены стратегии и тактики читателей детского и подросткового возраста, реализуемые в комментариях, и определена эффективность способов реализации авторских тактик в медиатексте. Описаны структуры текстов-реакций (комментариев) на тексты-стимулы (медиатексты). Названия для выявленных нами текстов-реакций подобраны по внешнему сходству с существующими формами подачи новостной информации: «Пирамида», «Перевернутая пирамида», «Бриллиант», «Стакан», «Кебаб», «Торт» – и по внешнему сходству с размерами предметов материального мира: «Колокольчик», «Колокол».

4. В развитие теоретической лингвистики. Полученные результаты позволили разработать корреляционную теорию политического медиатекста и текста-реакции, составленного читателями детского и подросткового возраста.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты данного исследования могут быть использованы при разработке теоретических курсов по медиалингвистике и политической лингвистике, в преподавании университетских дисциплин по французскому языку, посвященных медиакommunikации. Результаты диссертационного исследования могут быть применены в качестве средств для мониторинга русскоязычной читательской аудитории детского и подросткового возраста.

Положения, выносимые на защиту:

1. Комплексное применение автороцентрического и адресатоцентрического подходов позволяет выявить корреляцию между составляющими политического медиатекста и оставленными к нему текстами-реакциями.

2. Возраст читательской аудитории обуславливает вариативность структур изложения новостной информации политической тематики. Новостные тексты, ориентированные на читателей 8–12 лет, имеют не только структуры «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида), «Pyramid» (Пирамида), «Diamond» (Бриллиант), «Martini Glass» (Бокал мартини), «Kebab» (Кебаб), применимые для новостных текстов, ориентированных на читателей 10–15 лет, но и структуры «Hourglass Style» (Песочные часы) и «Cake» (Торт).

3. Структуры текстов-реакций «Колокольчик», «Колокол», «Пирамида», «Перевернутая пирамида», «Бриллиант», «Бокал», «Кебаб», «Торт» имеют сходные черты со структурами новостных текстов, ориентированных на читателей 8–15 лет. Они состоят из структурных компонентов («Body» (Тело), «Truncated Body» (Усеченное тело), «Background» (Фон), «Kicker» (Кикер)), функции которых совпадают с функциями структурных компонентов новостных текстов. Структуры текстов-реакций детей и подростков отчасти зависят от структур текстов-стимулов, что подтверждается высокой и средней связью структурной корреляции у детей и подростков соответственно.

4. Во франкоязычных журналах, ориентированных на читателей 8–12 и 10–15 лет, иллюстративно-изобразительный материал политических медиатекстов отвечает возрастным особенностям читателей. Он может демонстрировать как новостное событие, так и дополнительные факты, обладая репетиционной / интегративной / выделительной взаимосвязью с информацией, изложенной в разных структурных компонентах новостного текста. Иллюстративно-изобразительный материал, как правило, выполняет аргументирующую или информативную функцию в политических медиатекстах для читателей подросткового возраста, а для читателей детского возраста – смешанную функцию.

5. Авторы политических медиатекстов, рекомендованных читателям 8–15 лет, применяют информационно-просветительскую стратегию, реализуемую информационной и образовательной тактиками; стратегию формирования гражданской позиции, осуществляемую при помощи тактик пробуждения интереса к новостным событиям и инициирования диалога, а также стратегии на повышение или понижение имиджа политика.

6. Параметры оценки сложности (удобочитабельность, «тошнота», «вода») новостных текстов политической тематики, рекомендованных читателям детского и подросткового возраста, в основном не соответствуют установленным нормам,

что сказывается на восприятии новостной информации читателями и проявляется в их текстах-реакциях.

7. Новостные тексты политической тематики, ориентируемые на читательскую аудиторию детского и подросткового возраста, выполняют три основные функции: информационную, образовательно-просветительскую, воспитательно-патриотическую.

8. Дети и подростки в своих текстах-реакциях реализуют стратегию реагирования и стратегию осведомленности разного уровня: первый – читатель указывает на то, что ознакомился с политическим медиатекстом; второй – читатель демонстрирует владение информацией политического медиатекста; третий – читатель демонстрирует, что следит за политическими событиями в мире.

9. На написание текста-реакции, в котором реализуется та или иная стратегия, оказывают влияние тема текста-стимула; информация из какого-либо структурного элемента новостного текста; иллюстративно-изобразительный или видеоматериал; фоновые знания читателей. Коэффициент корреляции тематической, компонентной и корреляции между видом иллюстративно-изобразительного материала и количеством текстов-реакций, а также между темами текстов-стимулов и количеством текстов-реакций, содержащих дополнительные факты, варьируется от низкой (0,3) до высокой (0,8) взаимосвязи.

10. В новостных текстах, рекомендованных для детей и подростков, вводится политическая терминология с определениями при помощи синонимического толкования (эквивалент / метафорический перенос); перифраза определения с усеченным словарным описанием; перифраза определения из толкового словаря с указанием на основной признак; прямого толкования из словаря; аллюзии из политической сферы и неоднократно упоминается в разных структурных компонентах текста-стимула. Подобное введение терминологии способствует ее популяризации среди читателей подросткового возраста (корреляционный коэффициент указывает на высокую связь), но не у читателей 8–12 лет (корреляционный коэффициент составляет 0,1).

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечивается репрезентативностью материала исследования, применением эффективных научных методов и приемов анализа.

Личный вклад автора состоит в постановке цели и задач исследования, сборе, классификации и интерпретации эмпирического материала, а также в апробации полученных результатов на научных мероприятиях разного уровня и в подготовке публикаций по теме.

Апробация результатов исследования. Результаты, полученные в ходе исследования, были представлены на научных конференциях разного уровня: VII

Международная научная конференция «Общетеоретические и типологические проблемы языкознания» (Бийск, 26 сентября 2022 г.); Всероссийская научная конференция «Человек – культура – язык – текст: интерпретация образа мира» (Ялта, 13–14 октября 2022 г.); XXXIII Международная научно-практическая конференция «Актуальные вопросы филологии, переводоведения и лингводидактики в контексте современных исследований» (Чебоксары, 20–21 октября 2022 г.); VII Международная научно-практическая конференция «MEDIAобразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы» (Челябинск, 22–24 ноября 2022 г.); VII Международная очно-заочная научно-практическая конференция «Романо-германские языки: интеграция методики преподавания и филологии» (Горловка, 2 декабря 2022 г.); IX Всероссийская научно-практическая конференция (с международным участием) «Проблемы гуманитарных наук и образования в современном мире» (Сибай, 24 ноября 2023 г.); VII Международная научная конференция «Концепт и культура» (Кемерово, 30 ноября 2023 г.); XXIV Международная научная конференция «Язык и мышление: Психологические и лингвистические аспекты» (Покров, 18–19 сентября 2024 г.); XXXVII Международная научно-практическая конференция «Вопросы иноязычной филологии и переводоведения: новые подходы и актуальные исследования» (Чебоксары, 17–18 октября 2024 г.); Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Фундаментальные и прикладные проблемы современной филологии: к 85-летию высшего педагогического образования в Кузбассе» (Новокузнецк, 21–23 ноября 2024 г.); X Всероссийская (с международным участием) научно-практическая конференция «Проблемы гуманитарных наук и образования в современном мире» (Сибай, 22 ноября 2024 г.); XV Международная научная конференция «Современная политическая коммуникация» (Екатеринбург, 28–29 марта 2025 г.); IX Международная научно-практическая конференция «Переводческий дискурс: междисциплинарный подход» (Симферополь, 24–25 апреля 2025 г.); Симпозиум «Актуальные проблемы развития образования» в рамках XX (LII) Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей» (Кемерово, 24 апреля 2025 г.).

Всего по теме исследования опубликовано 34 работы: одна авторская монография, 2 раздела в коллективных монографиях, 20 статей в журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки России для публикации основных научных результатов диссертаций, 11 статей в прочих научных изданиях.

Структура работы. Диссертация общим объемом 524 страницы состоит из введения, шести глав, заключения, списка литературы (317 наименований). Каждая глава завершается краткими выводами.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается выбор темы, раскрывается актуальность исследования, описывается степень разработанности научной проблемы, определяются объект, предмет, цель, гипотезы и задачи исследования, выдвигаются положения, выносимые на защиту, описываются использованные методы и приемы. Введение также содержит сведения о теоретической значимости и практической ценности диссертационного сочинения, степени его новизны, описаны теоретическая база работы, система мероприятий, в которых участвовал соискатель для апробации результатов исследования, количество опубликованных работ.

В первой главе «Теоретические основы изучения новостного политического дискурса» рассматриваются научные работы, посвященные политическому дискурсу СМИ и комментарию как тексту-реакции на него.

Выявлено, что ученые уделяют особое внимание стратегиям, тактикам, манипуляционным технологиям журналиста, передающего информацию политического характера; жанрам и функциям политического дискурса СМИ. Они исследовали языковые и неязыковые средства, используемые при создании портрета политического деятеля; изучали иллюстративный материал медиатекста, его функции. Некоторые ученые при исследовании политического дискурса СМИ учитывали гендерный аспект: их работы ориентированы на текстопорождение. Но все существующие исследования проводились на материале политического дискурса СМИ, адресованного массовой (взрослой) аудитории.

В данной работе под новостным политическим дискурсом понимаем не только совокупность новостных текстов журналистов как вербализованный результат речи о политической жизни и деятельности глав государств с целью информирования и интерпретирования политических событий с точки зрения государства, но и невербальную составляющую, оказывающую влияние на мнение граждан страны. Единицей новостного политического дискурса является медиатекст, который объединяет в себе новостной текст, изложенный по одной из структур: «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида), «Diamond» (Бриллиант), «Hourglass Style» (Песочные часы), «Kebab» (Кебаб), «Martini Glass» (Бокал мартини), «Pyramid» (Пирамида), – и иллюстративно-изобразительный или видеоматериал.

В связи с тем, что новостной политический дискурс изначально ориентирован на массовую (взрослую) аудиторию, то, согласно анализу научных исследовательских работ, ученые не учитывали такой антропоцентрический фактор читательской аудитории, как возраст. В поле их внимания не входили

медiateксты, ориентированные именно на таргет-группу (целевую аудиторию) младше 18 лет, несмотря на то что уже давно существуют журналы, интернет-сайты с подобными публикациями.

Таким образом, для развития теории медiateкста требуется исследовать новостной политический дискурс, ориентированный на аудиторию детского и подросткового возраста. Следует изучать составляющие политического медiateкста совместно с текстами-реакциями, оставленными на него. Это позволит определить, что является для детей и подростков триггером выражения своего мнения, какая составляющая медiateкста, текста-стимула побуждает их к комментированию. Кроме того, корреляционный анализ между переменными текста-стимула и текста-реакции покажет особенности восприятия политического медiateкста (его составляющих) детьми и подростками.

Во второй главе «Архитектоника новостного текста-стимула и текста-реакции» на материале франкоязычных журналов, рекомендованных читателям 8–12 и 10–15 лет, разработаны модели структур новостных текстов политической тематики с указанием семантики компонентов, имеющихся в них, и модели структур текстов-реакций детей и подростков, оставленных на них.

Новостные тексты политической тематики, ориентированные на детей и на подростков, могут иметь разные структуры изложения информации: «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида), «Pyramid» (Пирамида), «Diamond» (Бриллиант), «Martini Glass» (Бокал мартини), «Kebab» (Кебаб), а также структуры «Hourglass Style» (Песочные часы) и «Cake» (Торт) для читателей только 8–12 лет.

Согласно исследованному материалу, было выявлено, что авторы новостных текстов, ориентированных на детей, чаще применяют структуру «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида), а остальные структуры используют немного реже. Новостные тексты для подростков чаще изложены по структурам «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида) и «Kebab» (Кебаб).

Каждая структура новостного текста политической тематики для детей и подростков обладает некоторыми одинаковыми элементами. Первый элемент, на который обращает внимание читатель, – «Title» (Заголовок). В текстах для детей при разных структурах новостного текста «Title» (Заголовок) в основном имеет вопросительную форму, тем самым приглашает читателя узнать на него ответ. В текстах для подростков «Title» (Заголовок) имеет повествовательную форму.

После «Title» (Заголовка) во всех структурах новостного текста идет «Lead» (Вводка), в которой кратко сообщается о новостном событии, таким образом немного раскрывается заявленная в «Title» (Заголовке) тема. «Lead» (Вводка) выполняет функцию удержания внимания молодого читателя. В структурах

«Pyramid» (Пирамида), «Hourglass Style» (Песочные часы), «Diamond» (Бриллиант), «Cake» (Торт) этот элемент заканчивается фразами, располагающими к прочтению и убеждающими читателя, что у него не останется вопросов по описанным событиям, ему будет всё объяснено. Данные фразы присутствуют только в новостных текстах для детей:

- *1jour1actu **décrypte** pour toi l'issue des élections européennes de 2019*² («1jour1actu» **расшифрует** для тебя результаты европейских выборов 2019 года);
- *1jour1actu t'**explique** tout*³ («1jour1actu» **объяснит** тебе всё);
- *1jour1actu t'**explique** pourquoi ce débat est si important dans la course à la présidentielle, à 4 jours du second tour*⁴ («1jour1actu» **объяснит** тебе, почему эти дебаты так важны в президентской гонке, за 4 дня до второго тура) и др.

Еще один структурный элемент, применяемый в новостных текстах для детей и подростков, – «Subtitles» (Подзаголовки) – разделяет текст на части, что визуально упрощает чтение больших статей, которые могут отпугнуть молодого читателя. По «Subtitles» (Подзаголовкам) он может предположить, о чем пойдет речь в новостном тексте, ведь они являются подтемами «Title» (Заголовка).

Перед основным новостным текстом, ориентированным на детей, почти во всех структурах присутствует «Nut graf» (Ключевой абзац), в котором еще раз повторяется информация из «Lead» (Вводки) в виде переформулированных фраз, чтобы подчеркнуть важность знания новостного события и тем самым настроить читателя на ознакомление со всей статьей. «Nut graf» (Ключевой абзац) отсутствует в новостных текстах политической тематики, ориентированных на подростков и иногда на детей в структурах «Kebab» (Кебаб) и «Cake» (Торт).

Основная часть новостного текста обладает разными структурными компонентами, в которых сообщается о новостном событии («Body» (Тело), «End» (Конец), «Anecdote» (Повествовательный крючок)) или раскрываются дополнительные факты (общеизвестные события, предшествующие новостному, или события из прошлого): «Background» (Фон), «Beginning» (Начало), «Middle» (Середина), «Storytelling» (Повествование). Выделяются и такие компоненты, как «Tail» (Хвост) – структурный компонент новостного текста, в котором

² Élections européennes: quels sont les résultats? // 1jour1actu. – 27.05.2019. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/monde/elections-europeennes-quel> (дата обращения: 10.09.2022).

³ C'est quoi, la déchéance de nationalité? // 1jour1actu. – 11.02.2016. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/france/cest-quoi-la-decheance-de-nationalite-86866> (дата обращения: 10.09.2022).

⁴ Le débat de l'entre-deux-tours: un duel décisif avant le vote // 1jour1actu. – 04.05.2017. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/france/le-debat-de-lentre-deux-tours-un-duel-decisif-avant-le-vote-80060> (дата обращения: 10.09.2022).

представлена информация, существенно не дополняющая смысловое содержание новостного текста, не влияющая на его понимание; «Kicker» (Кикер) – структурный компонент новостного текста, в котором находится неожиданная для читателя информация, побуждающая его задуматься над содержанием всего новостного текста; «The Turn» (Точка перехода) – структурный компонент новостного текста, в котором автор переходит на хронологическое повествование событий, которые предшествуют новостному. При помощи этих структурных компонентов образуются модели изложения информации, визуально схожие с предметами материального мира.

Новостное событие может упоминаться в начале новостного текста («Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида); «Martini Glass» (Бокал мартини)); в середине («Diamond» (Бриллиант)); в конце («Pyramid» (Пирамида)) или и в начале, и в конце («Hourglass Style» (Песочные часы), «Kebab» (Кебаб)); также новостная информация может быть разделена на части дополнительной информацией («Cake» (Торт)). Автор новостного текста таким образом пытается удержать внимание читателя и оставить в его памяти информацию о новости. Используя структурные компоненты, в которых представлена дополнительная информация, автор развивает тем самым кругозор молодых читателей.

Благодаря присутствию большого объема дополнительной информации в новостных текстах политической тематики для аудитории детского и подросткового возраста главными их функциями становятся образовательно-просветительская (объяснить, рассказать, посвятить в политическую жизнь страны) и воспитательно-патриотическая (задуматься о происходящем).

Таким образом, для детской и подростковой читательской аудитории нет единой структуры подачи новостной информации политической тематики: авторы находятся в поиске, используя ранее выявленные структуры – «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида), «Pyramid» (Пирамида), «Hourglass Style» (Песочные часы), «Diamond» (Бриллиант), «Martini Glass» (Бокал мартини), «Kebab» (Кебаб) – и создавая новые – «Cake» (Торт). Данный факт связан с тем, что для молодой читательской аудитории, учитывая их возрастные особенности развития и фоновые знания, следует давать пояснения, чтобы новостная информация была лучше усвоена и не осталось вопросов. Следовательно, авторы новостных текстов прибегают к сочетанию / чередованию новостной и поясняющей информации.

В свою очередь детская и подростковая читательская аудитория создает свои тексты-реакции в виде комментариев на медиатексты, которые выступают для них текстами-стимулами. Структуры текстов-реакций имеют общие черты со структурами текстов-стимулов. Они состоят из структурных компонентов: «Body» (Тело), «Background» (Фон) и «Kicker» (Кикер). Всего выделено

8 структур текстов-реакций: «Колокольчик», «Колокол», «Пирамида», «Перевернутая пирамида», «Бриллиант», «Бокал», «Кебаб», «Торт».

Структура текста-реакции «Колокольчик» заключается в том, что автор одним словом, словосочетанием, нераспространенным / распространенным с второстепенными членами / сложносочиненным / сложноподчиненным предложением сжато выражает свое мнение, отношение по заявленной в тексте-стимуле теме, проблеме или политическому деятелю, о котором идет речь, а также иллюстративно-изобразительному материалу. Следовательно, данная структура состоит всего из одного компонента – «Truncated Body» (Усеченное тело). Например:

- *votez pour Joe Biden*⁵ (голосуйте за Джо Байдена)
- *Je serai fidèle et voterai François Fillon quoi qu'il arrive*⁶ (Я буду верен и буду голосовать за Франсуа Фийона, несмотря ни на что)

Структура текста-реакции «Колокол» заключается в том, что автор в двух-трех предложениях делает вывод по прочитанному в тексте-стимуле, выражая свою оценку. Следовательно, данная структура тоже состоит только из одного компонента – «Body» (Тело), но уже не из усеченного, так как в подобном тексте-реакции автор формулирует полный вывод по тексту-стимулу. Например:

- *Le nouveau drapeau sera plus représentatif de ce pays qui a évolué et il sera élu par les Néo-Zélandais. Il pourra remplir beaucoup mieux sa fonction: représenter un pays sous sa forme actuel.*⁷ (Новый флаг будет более представительным для этой страны, которая развилась, и его выберут новозеландцы. Он сможет гораздо лучше выполнять свою функцию: представлять страну в ее нынешнем виде.)

Структура текста-реакции «Пирамида» имеет общие черты со структурой текста-стимула «Pyramid» (Пирамида): выражение мнения начинается с фактов / доказательств, с отвлеченных фраз, которые входят в структурный компонент «Background» (Фон); после чего следует вывод – «Body» (Тело). Подобный текст-реакция состоит из трех и более сложных предложений, иногда может быть представлен одним длинным предложением, так как автор не разделяет его на несколько, опуская точку или другой знак, свидетельствующий об окончании мысли. Например:

⁵ Pourquoi s'intéresse-t-on autant à l'élection du président américain? // l'jourlactu. – 02.11.2020. – Режим доступа: <https://www.ljourlactu.com/monde/pourquoi-sinteresse-t-on-autant-a-lelection-du-president-americain> (дата обращения: 15.09.2023).

⁶ C'est quoi le Penelope Gate? // GEOAdo. – 02.02.2017 – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/cest-quoi-le-penelope-gate-87557/> (дата обращения: 15.09.2023).

⁷ La Nouvelle-Zélande change de drapeau // GEOAdo. – 12.08.2015. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/la-nouvelle-zelande-change-de-drapeau-35470/> (дата обращения: 15.09.2023).

- *Cette élection m'intéresse beaucoup. Le candidats est très différent. Mais je n'aime pas Le Pen parce que je suis pour immigration*⁸ (Эти выборы меня очень интересуют. Кандидаты очень разные. Но мне не нравится Ле Пен, потому что я за иммиграцию)

Структура «Перевернутая пирамида» текста-реакции отличается от структуры «Пирамида» тем, что сначала автор применяет структурный компонент «Body» (Тело), сообщая о своем мнении, выводе, к которому подтолкнул его текст-стимул, а потом приводит доказательства к своим словам в «Background» (Фоне). Подобная структура выражения мнения по тексту должна быть более привычной для детского и подросткового возраста, так как в школах их учат этому: сначала мнение, а потом аргументы. Например:

- *Je ne suis pas sûr que les intouchables soient autorisés à votés P.S.: Les intouchables sont un groupe de personne qui ne fait pas partie du système de caste, ils sont traités comme des sous-êtres.*⁹ (Я не уверен, что неприкасаемым разрешено голосовать P.S.: неприкасаемые – это группа людей, которые не являются частью кастовой системы, с ними обращаются как с недочеловеками.)

Структура текста-реакции «Бриллиант» заключается в том, что автор сначала начинает с отвлеченной темы или каких-либо доводов в структурном компоненте «Background» (Фон), затем следует его главная мысль (итог всего сообщения) в «Body» (Теле), после чего дополнительная информация, подтверждающая его мысль, в «Background» (Фоне). Например:

- *Je ne trouve sa pas normal les gens qui sont racistes. Les petits machos au college il y en a des centaines je les remets a sa place tous de suite. Donald Trup n'a aucun droit d'insulter les femmes. Ces femmes qui m'anifestent prouvent qu'elles ne se laissent pas faire par les gros racistes. J'admire leurs crans.*¹⁰ (Я не считаю нормальными людей, которые являются расистами. Маленьких мачо в колледже сотни, я сразу ставлю их на свое место. Дональд Трамп не имеет права оскорблять женщин. Те женщины, которые меня оскорбляют, доказывают, что они не позволяют по отношению к себе грубых расистских высказываний. Я восхищаюсь их смелостью.)

⁸ Entre Emmanuel Macron et Marine Le Pen: qui sera président? // 1jour1actu. – 24.04.2017. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/france/entre-emmanuel-macron-et-marine-le-pen-qui-sera-president-81527> (дата обращения: 15.09.2023).

⁹ Elections record en Inde // GEOAdo. – 07.04.2014. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/elections-record-en-inde-79992/> (дата обращения: 10.09.2022).

¹⁰ Un bonnet pour l'égalité // GEOAdo. – 24.01.2017. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/un-bonnet-pour-egalite-31434/> (дата обращения: 15.09.2023).

Структура текста-реакции «Бокал» заключается в том, что сначала автор выражает свое мнение, подкрепляя его доказательствами, после чего в самом конце сообщает информацию, которая побуждает задуматься над его словами. Следовательно, данная структура текста-реакции состоит из структурных компонентов «Background» (Фон) и «Kicker» (Кикер). Например:

- *Nous pensons que l'UE est importante parce que c'est une bonne méthode pour travailler ensemble. Avec «Schengen» on peut voyager, travailler, et faire du commerce entre les frontières. L'intention de l'UE est très bonne, mais au pratique c'est un peu difficile de s'accorder.*¹¹ (Мы считаем, что ЕС важен, потому что это хороший метод совместной работы. С «Шенгеном» можно путешествовать, работать и торговать между границами. Намерение ЕС очень хорошее, но на практике договориться немного сложно.)

Структура текста-реакции «Кебаб» состоит из двух структурных компонентов «Body» (Тело), между которыми находится «Background» (Фон): в начале автор сообщает основную мысль, которую еще раз потом повторяет в конце своего комментария. В середине находятся аргументы, факты, подтверждающие идею автора. Например:

- *La situation est alarmante et vraiment injuste! Tout le monde doit avoir les mêmes droits, peut importe le physique, l'origine, le sexe ou autre! Cela fait beaucoup de temps que des gens noirs de peau sont arrivés aux Etats-Unis, mais rien ne bouge! Il y a déjà eu beaucoup de progrès depuis qu'un président Noir, Barack Obama, est arrivé à la tête de ce pays, mais cela fait visiblement partie du passé. Je ne comprends vraiment pas les gens racistes. Quand je m'adresse à d'autres élèves, au collège, je leur parle tous de la même façon, et cela en ignorant leur couleur de peau ou leurs différences! Nous devons être EGAUX.*¹² (Ситуация тревожная и действительно несправедливая! Все должны иметь равные права, независимо от телосложения, происхождения, пола или чего-либо еще! Прошло много времени с тех пор, как люди с черной кожей прибыли в Соединенные Штаты, но ничего не меняется! С тех пор как чернокожий президент Барак Обама стал главой этой страны, уже был достигнут значительный прогресс, но это, очевидно, осталось в прошлом. Я действительно не понимаю людей, которые являются расистами. Когда я разговариваю с

¹¹ Pourquoi on a créé l'Europe? // 1jour1actu. – 09.05.2017. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/monde/pourquoi-on-a-cree-leurope> (дата обращения: 10.09.2022).

¹² Etats-Unis: en 2020, les Noirs doivent toujours se battre pour leurs droits // GEOAdo. – 28.08.2020. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/etats-unis-en-2020-les-noirs-doivent-toujours-se-battre-pour-leurs-droits/> (дата обращения: 10.09.2022).

другими учениками в средней школе, я говорю со всеми одинаково, игнорируя их цвет кожи или различия! Мы должны быть равны.)

В структуре текста-реакции «Торт» чередуются структурные компоненты, такие как «Body» (Тело) и «Background» (Фон): автор в ходе выражения своего мнения по тексту-стимулу может поднять несколько подтем: он их раскрывает одну за другой. Например:

- *Je pense Obama était un très bon président, et Trump est plus mauvais parce que il n'est pas accommodant de gens de état unis. Il est un homme d'affaires, donc à mon avis, ça ne marche pas. C'est aussi très stupide Obama devait quitter son maison pour un homme ignorant. Je trouve Clinton est une meilleure président parce que son homme était aussi un président.*¹³ (Я думаю, что Обама был действительно хорошим президентом, а Трамп хуже, потому что он не устраивает людей из Соединенных Штатов. Он бизнесмен, поэтому, на мой взгляд, это не работает. Это также очень глупо, что Обама должен был покинуть свой дом из-за какого-то невежественного человека. Я считаю, что Хиллари Клинтон – лучший президент, потому что ее муж тоже был президентом.)

Самыми употребляемыми структурами текстов-реакций у авторов 8–15 лет являются «Колокольчик» и «Колокол». Чаще, чем другие, встречается и структура текста-реакции «Перевернутая пирамида». Связано это с тем, что у детей формируется критическое мышление, и они учатся выражать свои мысли, аргументируя. Кроме этого, следует отметить, что на текст-стимул с какой-либо структурой подачи информации авторы комментариев могут составить тексты-реакции с разнообразными структурами – от 4 до 8 видов. Обусловлено это тем, что структура текста-стимула имплицитно оказывает влияние на структуру текста-реакции. Данное замечание также подтверждают результаты корреляционного анализа между видом структуры текста-стимула и видом структуры текста-реакции. По детскому материалу структурная корреляция указывает на высокую связь, а по подростковому – на среднюю связь.

Структура текста-стимула и тематика новостного текста влияют на его прочтение детьми и подростками: ознакомятся ли молодые читатели полностью с новостной информацией или нет. На это указывают результаты корреляционного анализа между такими переменными, как количество текстов-стимулов, изложенных по определенной структуре / тематике («Выборы во Франции / США», «Режимы, законы во Франции / США», «Правительство Франции / США», «Отношения между странами», «Мятеж населения и военные

¹³ Au revoir Monsieur le Président Obama! // 1jour1actu. – 14.01.2017. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/monde/au-revoir-monsieur-le-president-obama-27534> (дата обращения: 10.09.2022).

действия» и др.), и количество текстов-реакций, оставленных по содержанию / тематике новостного текста. Коэффициент корреляции между видами структур текстов-стимулов и количеством детских текстов-реакций указывает на среднюю связь, а у подростков – на высокую связь. Что касается тематической корреляции, то у детей и подростков она имеет среднюю связь.

В третьей главе «Креолизация политического медиатекста, ориентированного на аудиторию детского и подросткового возраста» рассмотрен иллюстративно-изобразительный материал во взаимосвязи со структурными элементами новостного текста и его функции.

В детском и подростковом журналах статьи с новостным текстом политической тематики сопровождаются иллюстративно-изобразительным материалом, который может быть представлен в виде:

- Фотоизображений – фото политика, фото события, фото предмета-символа, фото плаката.
- Инфографики – схематическое изображение административно-территориальных единиц, государственная символика, таблицы и диаграммы.
- Графики – картинок со страницы печатного журнала и коллажа, созданного при помощи графического редактора.

В детском журнале иллюстративно-изобразительный материал находится после «Lead» (Вводки), в то время как в журнале для подростков – сразу после «Title» (Заголовка). Следует отметить, что в статьях для детской аудитории присутствует не только одно основное фотоизображение в формате 15x21, но также встречаются дополнительные иллюстрации в новостном тексте, но меньшего формата (10x15 и 10x10). Таким образом журналист оживляет детское чтение, делая его не монотонным, а похожим на привычную им книгу с картинками, ведь в данном возрасте еще остается выработанная привычка смотреть иллюстрации.

Еще одно отличие – присутствие видеоматериала только в статьях для детей. Видеоматериал состоит из рисованных карикатур, указателей и аудио, повторяющих содержание новостного текста. Это связано с тем, что журналист хочет донести до молодых читателей какие-то сложные, на его взгляд, политические моменты, которые будут лучше усвоены при взаимодействии одновременно сразу нескольких каналов восприятия (слухового и зрительного).

Иллюстративно-изобразительный материал в статьях, ориентированных на детей и подростков, взаимосвязан с содержанием структурных компонентов новостных текстов с разными моделями изложения новостной информации. Он раскрывается не только в структурах, в которых сообщается о новостном событии, но и относится к дополнительной информации. Поэтому чаще всего иллюстративно-изобразительный материал обладает репетиционной

взаимосвязью с новостным текстом (как для детей, так и для подростков). Иногда используется фотоизображение, описание которого отсутствует в новостном тексте, но оно может демонстрировать политического деятеля, о котором идет речь, таким, как его привыкла видеть взрослая аудитория, или имплицитно сообщать о главном событии. Тем самым иллюстративный материал обладает с новостным текстом интегративной взаимосвязью: он раскрывается благодаря содержанию, что в какой-то степени удерживает внимание читателей. Применяются и фотоизображения с выделительной взаимосвязью, редко встречаются фотоизображения с оппозитивной и аддитивной взаимосвязями, так как, согласно возрастному развитию, дети привыкли, чтобы письменный текст совпадал с изображением, а у подростков данный иллюстративный материал может вызвать недопонимание или недоверие.

Функции иллюстративно-изобразительного материала в медиатекстах политического характера для читателей 8–12 и 10–15 лет немного отличаются. Для детей в основном подбираются фотоизображения, которые обладают одновременно двумя функциями – информативной совместно с аргументирующей, символической или функцией создания имиджа, а также аргументирующей функцией с экспрессивной. Так журналист решает одновременно несколько задач: показать читателю, о ком идет речь, и подтвердить свои слова фото события или при помощи фото политика сформировать его образ / имидж, каким он предстает перед людьми. На втором месте по частотности идут иллюстрации с аргументирующей функцией, на третьем – с информативной, которые, наоборот, преобладают в статьях, ориентированных на подростков, которым, согласно их возрастному развитию, важны факты и доказательства.

В четвертой главе «Стратегии и тактики авторов политических медиатекстов, ориентированных на детей и подростков» рассматривается, какие стратегии, тактики и средства их реализации применяются авторами политических медиатекстов, рекомендованных читателям 8–15 лет.

Авторы новостных текстов политической тематики для детской и подростковой читательской аудитории реализуют следующие стратегии:

- 1) информационно-просветительскую,
- 2) формирования гражданской позиции,
- 3) стратегию на повышение имиджа политика,
- 4) стратегию на понижение имиджа политика.

Основной является стратегия информационно-просветительская, она реализуется во всех новостных текстах информационной и образовательной тактиками, осуществляемыми в структурных компонентах текста-стимула.

Информационная тактика реализуется в структурных компонентах, в которых непосредственно сообщается о новостном событии («Lead» (Вводка), «Body» (Тело) / «End» (Конец), «Anecdote» (Повествовательный крючок)), при помощи лексических единиц с семами времени, настоящего, ближайшего прошлого, будущего, наречия *впервые*, сообщения, числа; с семантикой поднятой проблемной ситуации; обозначающих географическое положение; топонимов; антропонимов; временных форм глагола.

Образовательная тактика реализуется в структурных компонентах, где читателям сообщается дополнительная информация («Background» (Фон) / «Beginning» (Начало)), способствующая более успешному усвоению новости, ее причинно-следственные связи, при помощи лексических единиц с семами времени, прошлого, настоящего, будущего, числа; с семантикой поднятой проблемной ситуации; обозначающих географическое положение; названий знаменательных исторических событий; топонимов; антропонимов; временных форм глагола.

Кроме этого, образовательная тактика осуществляется при помощи введенных в новостной текст политических терминов с их пояснениями. Авторы текстов-стимулов для аудитории детского и подросткового возраста при введении политической терминологии применяют перифраз словарного толкования с сохранением смыслового содержания. Например, термин *un frondeur* в толковом словаре политической терминологии имеет следующее определение: *est une personne qui critique l'autorité, est encline à l'opposition*¹⁴ (человек, который критикует власть, выражает оппозиционную точку зрения), а в статье *Élection présidentielle: Benoît Hamon, élu candidat de la gauche* (Президентские выборы: Бенуа Хамон, избранный кандидатом от левых) имеет толкование: *ces membres du Parti socialiste en désaccord avec la politique menée par le gouvernement*¹⁵ (члены Социалистической партии, которые не согласны с политикой, проводимой правительством).

Встречается в новостных текстах для детей и замена политических терминов на эквиваленты, понятия, которые должны быть им знакомы. Например, термин *la coalition* (коалиция) поясняется синонимом *une alliance*¹⁶ (объединение).

В текстах-стимулах, ориентированных на подростков, при вводе политической терминологии может применяться непосредственное определение термина

¹⁴ Fronde, frondeur // Toupictionnaire: Le dictionnaire de politique. – Режим доступа: <https://www.toupie.org/Dictionnaire/Fronde.htm> (дата обращения: 20.12.2023).

¹⁵ Élection présidentielle: Benoît Hamon, élu candidat de la gauche // 1jour1actu. – 02.02.2017. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/france/election-presidentielle-benoit-hamon-elu-candidat-de-la-gauche-31338> (дата обращения: 10.09.2022).

¹⁶ S'allier pour combattre Daesh // 1jour1actu. – 26.11.2015. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/monde/sallier-pour-combattre-daesh-72502> (дата обращения: 20.12.2022).

(например, расшифровка аббревиатуры: *l'ONU – L'Organisation des Nations Unies*¹⁷ (Организация Объединенных Наций)) или ориентирующее введение (например, термин *le patriarcat* в статье имеет определение: *c'est-à-dire fondée sur l'autorité des hommes*¹⁸ (то есть основанным на авторитете мужчин).

Таким образом автор новостного текста стимулирует популяризацию политической терминологии среди читателей детского и подросткового возраста.

Стратегия формирования гражданской позиции, реализуемая тактиками побуждения интереса к новостным событиям и инициирования диалога, осуществляется в структурных компонентах «Title» (Заголовок), «Subtitles» (Подзаголовки), «Lead» (Вводка) и «Kicker» (Кикер). Тактика побуждения интереса к новостным событиям реализуется при помощи риторических вопросов; авторских слов с лексическими единицами, семы которых обозначают *объяснить*, и личным местоимением *ты*, указывающим на то, что автор относится к читателю как к другу. Тактика инициирования диалога в структурном компоненте «Kicker» (Кикер) осуществляется рефлексивным вопросом, топонимами, лексемами с семой вероятности, отрицания, лексическими единицами с отрицательной семантикой и семантикой поднятой проблемной ситуации. Данная тактика может быть реализована иллюстративно-изобразительным материалом с экспрессивной и аттрактивной функциями: он привлекает внимание читателя, побуждает к ознакомлению с текстом или пробуждает у него какие-либо чувства, мысли, с которыми он делится в комментарии (тексте-реакции).

Стратегии на повышение или на понижение имиджа политика представлены тактикой презентации политического деятеля, когда автор новостного текста сообщает о его положительной деятельности, о его заслугах, и тактикой дискредитации, когда автор указывает на неправильные действия политика (другой страны). На языковом уровне данные тактики осуществляются при помощи лексических единиц с положительной / отрицательной оценкой и коннотацией; числовых данных; наречий, усиливающих эффект; стилистических приемов; сравнительной степени. Автор текста-стимула пробуждает у читателей чувство гордости, уважение за своего лидера, за свою страну.

Использование автором тех или иных языковых средств в новостном тексте для реализации стратегий и тактик влияет на удобочитабельность, «тошноту» и «воду» текста. Индекс читабельности по шкале Флеша для аудитории 8–12 и 10–15 лет в среднем соответствует принятым нормам у новостных текстов

¹⁷ Soudan du sud: quand la guerre provoque la famine // GEOAdo. – 22.02.2017. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/soudan-du-sud-quand-la-guerre-provoque-la-famine-62973/> (дата обращения: 15.09.2023).

¹⁸ Il y a 70 ans, les Françaises enfin autorisées à voter // GEOAdo. – 21.04.2014. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/il-y-a-70-ans-les-francaises-enfin-autorisees-a-voter-78626/> (дата обращения: 15.09.2023).

со структурами изложения информации «Kebab» (Кебаб) и «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида). Показатели академической тошноты и «воды» превышают существующие нормы. В свою очередь корреляционный анализ показал, что существует взаимосвязь между индексом удобочитабельности / показателем «воды» и текстами-реакциями. Следовательно, лексический параметр и синтаксическая структура новостного текста оказывают влияние на восприятие информации читателями.

В пятой главе «Стратегии и тактики, реализуемые в текстах-реакциях детей 8–12 лет на политический медиатекст» описаны стратегии, тактики и средства их реализации, применяемые детьми 8–12 лет в текстах-реакциях на политические медиатексты.

Согласно информации, представленной в предыдущей главе, в медиатекстах политической тематики, ориентированных на аудиторию детского и подросткового возраста, основную роль играет информационно-просветительская стратегия с информационной и образовательной тактиками. Кроме этого, реализуется стратегия формирования гражданской позиции: авторы вырабатывают у молодых читателей привычку следить за политическими событиями и оценивать их, прививают любовь к Родине. Следовательно, со своей стороны, читатели 8–12 лет реализуют стратегию осведомленности разных уровней:

1. Читатель указывает на то, что ознакомился с медиатекстом. Тактики: характеристика политического деятеля; оценивание «хороший – плохой»; одобрение или неодобрение деятельности политиков; выражение эмоций; надежда на хорошее будущее; агитация к действию; поддержка кандидата; благодарность; утверждение.

2. Читатель демонстрирует владение информацией медиатекста. Тактики: побуждение к диалогу; аргументация; прямой / косвенный повтор; размышление; ответ.

3. Читатель демонстрирует, что следит за политическими событиями в мире. Тактики: информирование читателей; домысливание.

Кроме стратегии осведомленности читатели реализуют стратегию реагирования, которая состоит из тактики описания, тактики комментария ради комментария, тактики противоречия.

Стратегия осведомленности первого уровня воплощается разнообразными видами тактик, при помощи которых читатель выражает свое отношение к политическим деятелям и их деятельности. Он активно использует лексические единицы с положительной и отрицательной коннотацией, неоднократно применяет восклицательные и вопросительные знаки, эмодиконы. Его комментарий состоит из условных / неполных / распространенных предложений. Главное информационное событие медиатекстов (правительство США или

Франции, выборы в США или Франции и отношения между странами) является триггером для написания подобного комментария. Например:

- *Ni Hillary Clinton Ni Donald Trump Sont **mieux** !Ok bon ! Hillary est 1% non 100000% mieux que Donald Trump mais Barack Obama est **parfait** ! ! ! ! ! ! ! ! ! !* 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊¹⁹ (Ни Хиллари Клинтон, ни Дональд Трамп не лучше !Хорошо, хорошо ! Хиллари на 1 %, а не на 100000 % лучше Дональда Трампа, но Барак Обама идеален! ! ! ! ! ! ! ! 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊)

В данном тексте-реакции реализуется тактика оценивания «хороший – плохой». Текст-реакция начинается с отрицательной конструкции *Ni... Ni*, в которой по ошибке ребенка стоит сравнительная форма наречия вместо прилагательного. Далее читатель дает оценку политикам через проценты *1% non 100000%*, сравнивая их, и в конце употребляет прилагательное *parfait*, которое содержит в себе максимальную положительную оценку. Читатель выделяет, кто из политиков, по его мнению, хороший, а кто плохой.

Стратегия осведомленности второго уровня применяется детьми, когда информация из структурных компонентов новостного текста побуждает их прокомментировать ее или воспользоваться ею для выражения своего мнения. В этом случае комментаторы употребляют лексические единицы, словосочетания или перефразированные предложения из новостного текста; конструкции, передающие их мнение; подчинительные и сочинительные союзы в сложных предложениях и слова-связки.

Например, в комментарии к статье под названием *Le gouvernement fait un pas vers les gilets jaunes*²⁰ (Правительство делает шаг в сторону «желтых жилетов») применяется тактика размышления для демонстрации осведомленности с содержанием новостного текста, в «Background-1» (Фоне-1) которого сообщается, что в Париже демонстранты, «желтые жилеты», устроили бунт: Триумфальная арка была разрисована, сожжены магазины, имеются раненые:

- *Samedi dernier, à Paris, **des violences** ont éclaté. 263 personnes ont été blessées. Le monument de l'Arc de Triomphe a été tagué et son musée saccagé. Des voitures ont été brûlées et des magasins pillés* (В прошлую субботу в Париже вспыхнули беспорядки. 263 человека получили ранения. Памятник Триумфальной арке был разрисован, а его музей

¹⁹ Les Russes ont-ils piraté l'élection présidentielle américaine? // 1jour1actu. – 21.01.2017. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/monde/les-russes-ont-ils-pirate-lelection-presidentielle-americaine-47046> (дата обращения: 15.09.2023).

²⁰ Le gouvernement fait un pas vers les gilets jaunes // 1jour1actu. – 05.12.2018. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/france/le-gouvernement-fait-un-pas-vers-les-gilets-jaunes> (дата обращения: 15.09.2023).

подвергся разграблению. Были сожжены автомобили и разграблены магазины)

В тексте-реакции читатель пишет о том, что он поддерживает демонстрантов, но при этом считает, что применяемое с их стороны насилие – лишнее:

- *Je pense que le gilets jaune besion a lever pour leurs droits, mais pas avec violence. Le gouvernement et le Gilets Jaune besion à venir à un compromis pour le bien-être de les habitants de france.* (Я думаю, что «желтые жилеты» должны бороться за свои права, но не насильственно. Правительство и «желтые жилеты» должны прийти к компромиссу ради благополучия жителей Франции.)

Он имплицитно указывает на то, что правительству следует предпринять меры для решения конфликта. Текст-реакция начинается с конструкции для выражения мнения: *Je pense que*, содержит лексические единицы, упомянутые в тексте-стимуле, и политический термин *le gouvernement*, заявленный в «Title» (Заголовке) и несколько раз встречающийся в новостном тексте.

В ходе исследования было выявлено, что только информация компонента «Storytelling» (Повествование) из структуры «Martini Glass» (Бокал мартини), в котором автор повествует о событиях в хронологическом порядке, не привлекает внимания читателей 8–12 лет и не побуждает к размышлению над ней, в отличие от других структурных компонентов («Title» (Заголовок), «Lead» (Вводка), «Body» (Тело) / «End» (Конец), «Anecdote» (Повествовательный крючок), «Background» (Фон), «Tail» (Хвост), «Kicker» (Кикер)).

Кроме этого, результаты корреляционного анализа между структурными компонентами текстов-стимулов и количеством текстов-реакций, содержащих информацию из этих структурных компонентов, показали, что дети 8–12 лет читают новостные тексты политической тематики с начала и до конца, так как коэффициенты варьируются от 0,3 до 0,8, что указывает на разную степень связи (от низкой до высокой) в зависимости от структурного компонента.

Для осуществления стратегии осведомленности третьего уровня молодые читатели не только используют информацию из структурных компонентов новостного текста, но и сообщают известные им факты политической жизни страны, а также делают выводы. В связи с этим данные комментарии содержат распространенные предложения с конструкцией, которая указывает на мнение комментатора, содержит личное или ударное местоимение *я*.

Например, в статье *Les États-Unis espionnent la France*²¹ (США шпионят за Францией) в «Title» (Заголовке) и «Lead» (Вводке) указано, что Франция узнала о шпионаже США за ней. Один из читателей отреагировал следующим образом:

- *Bonjour à tous, Les États Unis nous pas le droit de nous espionner mes il font sa pour nous protéger des terroristes parce que après les attentas de Charlie Hebdo, il nous adore donc il nous protège. Parce que pour les attentas il sont venue nous aider comme la Grande-Bretagne, l'Espagne ou même l'Autriche. Donc «Vive les États -Unis»* (Всем привет, Соединенные Штаты не имеют права шпионить за нами, они делают это, чтобы защитить нас от террористов, потому что после нападения в редакции Шарли Эбдо они обожают нас, поэтому защищают нас. Потому что они пришли нам помогать так же, как Великобритания, Испания или даже Австрия. Итак, «Да здравствуют Соединенные Штаты».)

Читатель сообщает, что США пришли на помощь Франции из-за теракта в редакции Шарли Эбдо, они заботятся о ней (Франции), защищают ее, поэтому и шпионят.

Триггером для написания комментария со стратегией осведомленности третьего уровня является не только информация из структурного компонента новостного текста, но и знания читателя, полученные ранее благодаря слежению за новостями в сфере политики. В связи с этим была проверена взаимосвязь между темами текстов-стимулов и количеством текстов-реакций, содержащих дополнительные факты. У читателей детского возраста коэффициент корреляции составил 0,3, что указывает на низкую связь. Полученный результат связан с тем, что дети только начинают накапливать знания из политической области и жизненный опыт. Но, несмотря на это, они стараются следить за новостями в мире и анализировать их.

Следует отметить, что в комментариях, в которых реализуется стратегия осведомленности любого уровня, встречаются политические термины, упоминаемые в медиатексте. Самым частотным является термин *le président*. Также отмечается употребление комментаторами 8–12 лет политических терминов: *le gouvernement, l'immigration, l'alliance, le mandat, la nationalité*. Данный факт свидетельствует о том, что способ подачи новостной информации политической тематики вызывает популяризацию политической терминологии среди читателей детского возраста, но очень слабую. Был проведен корреляционный анализ между типом введения политического термина в текстовом стимуле и количеством текстов-реакций, содержащих данный политический

²¹ *Les États-Unis espionnent la France* // 1jour1actu. – 25.06.2015. – Режим доступа: <https://www.1jour1actu.com/france/nsa-espion-france-60436> (дата обращения: 10.09.2022).

термин. У детской аудитории коэффициент терминологической корреляции составил $-0,1$, демонстрирующий слабую обратную связь.

Комментарии со стратегией реагирования не связаны с содержанием новостного текста. В них читатели пишут на отвлеченные темы; сообщают о том, что не следят за политической жизнью страны, но в то же время где-то или от кого-то слышали какую-то информацию. Только тактика описания осуществляется благодаря триггеру в виде невербальной составляющей медиатекста – фотоизобразительному материалу. Читатели выражают свое мнение по увиденному. Кроме этого, было выявлено, что детская читательская аудитория еще реагирует и на видеоматериал. В связи с этим был проведен корреляционный анализ между такими переменными, как вид иллюстративно-изобразительного материала (фото политика, фото события, инфографика и др.) / видеоматериала и количество текстов-реакций, в которых читатели выражают свое мнение по медиаматериалу. В результате подсчета у читателей детского возраста подтвердилась высокая связь между изобразительным / видеоматериалом и количеством текстов-реакций, оставленных на них. Коэффициент составил $0,8$.

Анализ комментариев детской читательской аудитории показал, что составляющие медиатекста являются для них триггерами для написания своего мнения по прочитанному и увиденному, поэтому они реализуют стратегию осведомленности разного уровня и стратегию реагирования с тактикой описания. Правильно сформулированный «Title» (Заголовок), отражающий главное информационное событие медиатекста, привлекает внимание молодых читателей и вызывает интерес к содержанию новостного текста, что в дальнейшем побуждает к комментированию. Если информация, изложенная в структурных компонентах текста-стимула, отложилась у молодых читателей и подтолкнула к размышлению, то это свидетельствует о том, что автор статьи правильно выбрал структуру для подачи информации. Тексты-реакции, оставленные к фотоизобразительному / видеоматериалу, – это показатель того, что автор медиатекста подобрал нужный материал, который не оставил равнодушным читателя.

Следует отметить, что в детских комментариях находят свой отклик и стратегии автора медиатекста, ориентированного на читателей 8–12 лет. Например, если автор реализует стратегию на повышение или на понижение имиджа политика, то в комментариях детей применяются такие тактики, как характеристика политического деятеля или оценивание «хороший – плохой». Стратегия информационно-просветительская тоже имеет ответную реакцию в детских комментариях: молодые читатели используют политическую терминологию и информацию из новостного текста для выражения своего

мнения. Стратегия формирования гражданской позиции проявляется в том, что дети становятся постоянными читателями политических медиатекстов, готовыми их прокомментировать.

В шестой главе «Стратегии и тактики, реализуемые в текстах-реакциях подростков 10–15 лет на политический медиатекст» представлены стратегии, тактики и средства их реализации, применяемые подростками 10–15 лет в текстах-реакциях на политические медиатексты.

Как и читатели 8–12 лет, подростки в своих текстах-реакциях реализуют стратегию осведомленности трех уровней:

1. Читатель указывает на то, что ознакомился с медиатекстом. Тактики: агитация к действию; характеристика политического деятеля; одобрение / неодобрение деятельности; выражение эмоций; утверждение; надежда, корректировка; благодарность.

2. Читатель демонстрирует владение информацией медиатекста. Тактики: побуждение к диалогу; аргументация; размышление; прямой / косвенный повтор; ответ.

3. Читатель демонстрирует, что следит за политическими событиями в мире. Тактики: информирование читателей; домысливание.

Отмечается применение смешанных тактик, одновременно двух в одном тексте-реакции:

- тактика характеристики + тактика побуждения к диалогу;
- тактика поддержки + тактика характеристики;
- тактика аргументации + тактика характеристики;
- тактика аргументации + тактика побуждения к диалогу;
- тактика информирования читателей + тактика выражения эмоций.

Смешанные тактики можно отнести к разным уровням стратегии осведомленности в зависимости от того, какая из тактик превалирует. Смешанная тактика образуется благодаря тому, что подростки, согласно своему развитию, способны раскрывать тему сообщения, приводить доводы, полно выражать свои мысли.

Стратегия реагирования состоит из тактик: комментария ради комментария; комментария на другой комментарий; описания.

Стратегия осведомленности первого уровня реализуется различными видами тактик при помощи лексических единиц с положительной и отрицательной оценкой и коннотацией; фразовых глаголов и глаголов долженствования, глаголов в разных временных формах и в повелительном наклонении. Текст-реакция может содержать безличные / распространенные предложения / риторический вопрос и заканчиваться неоднократным применением восклицательных / вопросительных знаков и иногда эмотиконов.

Главное информационное событие текстов-стимулов (правительство США, выборы в США или во Франции, мятеж населения, отношения между странами) является триггером для написания подобного текста-реакции. Например:

- ***Voter macron!!!***²² (Голосуйте за Макрона!!!)

В тексте-реакции читатель реализует тактику агитации к действию. Он использует глагол *voter*, который, предполагается, должен стоять в повелительном наклонении, но он имеет неправильную форму. Имя собственное тоже написано с ошибкой – не с заглавной буквы. В конце предложения неоднократно применен восклицательный знак.

Стратегия осведомленности второго уровня применяется читателями 10–15 лет, когда информация из структурных компонентов текста-стимула побуждает их прокомментировать ее или воспользоваться ею для подтверждения своего мнения. Кроме этого, триггером для написания текста-реакции может быть и фотоизобразительный материал медиатекста, который побуждает читателей оставить комментарий с тактикой размышления. Данная стратегия может быть воплощена также смешанным видом тактик: тактика аргументации с тактикой характеристики или с тактикой побуждения к диалогу. В этом случае комментаторы употребляют словосочетания или перефразированные предложения из текста-стимула; конструкции, передающие их мнение; союзы в сложных предложениях и слова-связки.

Например, текст-реакция с двумя тактиками – характеристики и аргументации (комментатор выражает свое мнение по отношению к политическому деятелю (характеризует его) и подкрепляет информацией из текста-стимула):

- *Ce type est **déqueulasse**!!!!!!!!!!!!!! Il a imité un journaliste handicapé lors d'un 'speech'.... Ce s***ud n'est q'un pauvre type! Il veut chasser les **emmigrants d'Amérique** alors que lui-même est un emmigrant (son père)..*²³
(Этот парень отвратителен!!!!!!!!!!!!!! Он подражал журналисту-инвалиду во время «выступления».... Этот *** просто бедный парень! Он хочет изгнать эмигрантов из Америки, когда он сам эмигрант (его отец)..)

Текст-реакция начинается с реализации тактики характеристики: читатель использует прилагательное *déqueulasse* и сниженную лексическую единицу

²² Élections: en route vers le 2d tour // GEOAdo. – 24.04.2017. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/elections-en-route-vers-le-2d-tour-99330/> (дата обращения: 15.09.2023).

²³ USA: pourquoi Donald Trump fait-il peur? // GEOAdo. – 02.03.2016. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/usa-pourquoi-donald-trump-fait-il-peur-52601/> (дата обращения: 10.09.2022).

s***ud для характеристики Дональда Трампа. Кроме этого, читатель неоднократно использует восклицательные знаки в конце первого предложения. Далее он подтверждает свои мысли при помощи слов из «Background» (Фона) текста-стимула о том, что Дональд Трамп против эмигрантов: *C'est lui qui, une fois élu, prétend interdire l'entrée des États-Unis aux musulmans... Il promet d'ailleurs de faire construire un mur entre les 2 pays...* (Именно он, будучи избранным, утверждает, что запрещает въезд в Соединенные Штаты мусульманам... Кроме того, он обещает построить стену между двумя странами...).

Информация, изложенная в компонентах «Title» (Заголовок), «Lead» (Вводка), «Storytelling» (Повествование), «Body» (Тело) / «End» (Конец), «Anecdote» (Повествовательный крючок), «Background» (Фон), «Kicker» (Кикер) новостных текстов политической тематики со структурами «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида), «Pyramid» (Пирамида), «Diamond» (Бриллиант), «Kebab» (Кебаб), «Martini Glass» (Бокал мартини), является способом осуществления тактик стратегии второго уровня осведомленности и триггером для написания текста-реакции к статье. Кроме этого, использование информации из разных структурных компонентов в текстах-реакциях указывает на то, что подростки читают новостные тексты с начала и до конца. Данный факт также подтверждают результаты корреляционного анализа между структурными компонентами текстов-стимулов и количеством текстов-реакций, содержащих информацию из этих структурных компонентов. Коэффициенты компонентной корреляции варьируются от 0,3 до 0,5, что указывает на низкую или среднюю связь в зависимости от структурного компонента.

Для осуществления стратегии осведомленности третьего уровня молодые читатели не только используют информацию из структурных компонентов текста-стимула, но и сообщают известные им факты политической жизни страны, делают выводы. Применяется и смешанный вид тактик – тактика информирования читателей совмещается с тактикой выражения эмоций. Данные тексты-реакции содержат распространенные, сложные предложения. Например, читатель оставил текст-реакцию, в котором пишет об услышанных результатах первого тура выборов:

- *J'ai écouté les élections présidentielles, nous avons eu un coup de chance que ce sondage soit juste. Car Emmanuel Macron à 24 % aux élections présidentielles. Marine Le Pen a eu (environ) 22,8 %. Ce que je n'arrive pas à croire c'est que François Fillon eu 19,9%, malgré ce qu'il a fait à sa famille et à la France. Donc il a terminé 3^e.*²⁴ (Я слушал о президентских

²⁴ Élections: le piège des sondages // GEOAdo. – 05.04.2017. – Режим доступа: <https://www.geoado.com/actus/elections-le-piege-des-sondages-31694/> (дата обращения: 15.09.2023).

выборах, нам повезло, что этот опрос был справедливым. Потому что у Эммануэля Макрона на президентских выборах 24 %. Марин Ле Пен набрала (примерно) 22,8 %. Во что я не могу поверить, так это в то, что Франсуа Фийон получил 19,9 %, несмотря на то что он сделал со своей семьей и Францией. Итак, он занял 3-е место.)

Триггером для написания текста-реакции со стратегией осведомленности третьего уровня является не только информация из структурного компонента текста-стимула, но и знания читателя, полученные ранее благодаря отслеживанию новостей в сфере политики. Данный факт подтверждает результат корреляционного анализа между темами текстов-стимулов («Выборы во Франции / США», «Режимы, законы во Франции / США», «Правительство Франции / США», «Отношения между странами», «Мятеж населения и военные действия» и др.) и количеством текстов-реакций, содержащих дополнительные факты. Коэффициент корреляции составил 0,8, что указывает на высокую связь. Высокий коэффициент корреляции у подростков связан с тем, что у них больше жизненного опыта и знаний, полученных из школьного курса.

В комментариях со стратегией осведомленности любого уровня встречаются политические термины: *le racisme, le gouvernement, les élections (l'élection présidentielle), le président (le président de la république), le vice-président, la démocratie, les députés, la monarchie, la dictature, les immigrants*. Некоторые из них присутствуют в текстах-стимулах, к которым читатель оставляет комментарий, некоторые нет, но можно предположить, что читатель запомнил тот или иной термин из других медиатекстов. Следовательно, способ подачи новостной информации политической тематики вызывает популяризацию политической терминологии среди читателей 10–15 лет. Данное замечание подтверждает и результат корреляционного анализа между типом введения политического термина в тексте-стимуле и количеством текстов-реакций, содержащих данный политический термин. Коэффициент терминологической корреляции составил 1, что указывает на очень высокую связь.

Тексты-реакции со стратегией реагирования не связаны с содержанием новостного текста. В них читатели пишут на отвлеченные темы; реагируют на информацию из других комментариев или на фотоизобразительный материал, не учитывая содержание новостного текста.

Фотоизобразительный материал почти не интересует читателей 10–15 лет. Результат корреляционного анализа указал на низкую связь между видом иллюстративно-изобразительного материала (фото политика, фото события, инфографика и др.) и количеством текстов-реакций, в которых читатели выражают свое мнение по медиаматериалу. Коэффициент корреляции составил 0,3.

Анализ комментариев, оставленных подростковой читательской аудиторией, показал, что составляющие политического медиатекста («Title» (Заголовок), сообщающий о главном информационном событии; информация из структурных компонентов новостного текста; фотоизобразительный материал) являются для них триггерами выражения своего мнения по прочитанному и увиденному, поэтому они реализуют стратегию осведомленности разного уровня и стратегию реагирования с тактикой описания. В соответствии со своими возрастными особенностями развития они не только сами побуждают на диалог в текстах-реакциях к медиатексту, но и реагируют на оставленные другими комментарии, применяя при этом свои знания из области политики.

Результат применения автором стратегий в новостных текстах политической тематики для подростковой аудитории тоже проявляется в оставленных ими комментариях. Стратегия автора на повышение или на понижение имиджа политического деятеля отражается в применении читателем тактики характеристики политического деятеля. Стратегия информационно-просветительская, реализуемая автором новостного текста, проявляется в использовании политической терминологии, информации из текста-стимула. Стратегия формирования гражданской позиции выражается в активном участии в обсуждении политических новостей.

В заключении обобщаются результаты проведенного исследования, определяются перспективы дальнейшего изучения.

Появление журналов для детской и подростковой читательской аудитории с непривычными для их восприятия политическими медиатекстами требует применения новых исследовательских подходов для выявления особенностей подачи и восприятия новостной информации.

В данной работе было применено одновременно два подхода исследования – автороцентрический и адресатоцентрический, что позволило:

1. Выявить особенности политических медиатекстов, ориентированных на читателей 8–12 и 10–15 лет: структура изложения новостной информации; стратегии автора медиатекста и способы их реализации; способы введения терминологии; типы иллюстративно-изобразительного материала, его взаимосвязь с новостным текстом и функции; факторы, влияющие на сложность восприятия текста.

2. Определить особенности текстов-реакций, созданных детьми и подростками на политические медиатексты: структура; стратегии читателей и способы их реализации.

3. Разработать корреляционную теорию политического медиатекста и текста-реакции, оставленного читателями детского и подросткового возраста.

Основной постулат корреляционной теории заключается в том, что переменные текста-стимула и текста-реакции взаимосвязаны между собой. Они образуют корреляции между видом иллюстративно-изобразительного материала и количеством текстов-реакций с их обсуждением; темами текстов-стимулов и количеством текстов-реакций, содержащих дополнительные факты; видами структур текстов-стимула и количеством текстов-реакций, а также тематическую, компонентную, структурную и терминологическую корреляции. Коэффициент корреляции указывает на силу (не)зависимости одной переменной от другой. Он варьируется от 0,1 до 1, обозначая связь от слабой до высокой степени зависимости. Так можно определить триггеры политического медиатекста, оказывающие влияние на прочтение и восприятие новостной информации.

Корреляционный анализ связей между переменными текста-стимула и текста-реакции показал, что детская читательская аудитория (согласно своему возрастному развитию), **во-первых**, реагирует на иллюстративно-изобразительный / видеоматериал, который привлекает их внимание и способствует восприятию новостной информации политической тематики. **Во-вторых**, тематика новостного текста и структура изложения информации тоже влияют на прочтение и восприятие ими материала. **В-третьих**, выражая собственные мысли в комментариях (как этому учат в школе), юные читатели вольно или невольно создают тексты-реакции со структурами, похожими на новостной текст: «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида) и «Pyramid» (Пирамида). Они активно используют в своих текстах-реакциях информацию из разных структурных компонентов текста-стимула, в основном из тех, где приводится дополнительная информация («Background» (Фон)). Данный факт говорит о том, что дети читают новостные тексты политической тематики до конца. Но при комментировании новостной информации они редко приводят доводы, аргументы из других источников или предыдущих медиатекстов – это связано с маленьким багажом знаний и плохо развитым критическим мышлением. **В-четвертых**, степень популяризации политической терминологии среди детей низкая: термин может быть введен разными способами, но редко будет употреблен ребенком 8–12 лет.

Подростковую читательскую аудиторию, наоборот, редко привлекает иллюстративно-изобразительный материал. **Во-первых**, большую роль при прочтении играет тема новостного текста, что видно не только по количеству оставленных комментариев к текстам-стимулам одной тематики, но и по дополнительной информации, которую они приводят из данной области, так как коэффициент корреляции показал среднюю и высокую связь соответственно. Данный факт свидетельствует о том, что подростки интересуются политическими новостями и готовы их анализировать и обсуждать. **Во-вторых**,

в текстах-реакциях они больше размышляют над заявленным новостным событием в тексте-стимуле, поэтому корреляционный анализ показал среднюю связь между «Lead» (Вводкой); «Body» (Телом) / «End» (Концом) / «Anecdote» (Повествовательным крючком) и количеством комментариев, содержащих информацию из соответствующего структурного компонента. Следует отметить, что на информацию из других структурных компонентов подростки тоже реагируют и используют ее в качестве аргументов. Данный показатель свидетельствует о том, что с новостными текстами они знакомятся полностью. **В-третьих**, на восприятие медиатекста подростками сильное влияние оказывает и сама структура подачи новостной информации, которой они также подражают при составлении текста-реакции. **В-четвертых**, степень популяризации политических терминов среди читателей 10–15 лет, согласно результатам корреляционного анализа, высокая: введенные термины в текстах-стимулах в дальнейшем употребляются в текстах-реакциях.

Можно сделать вывод, что исследование корреляции составляющих медиатекстов и текстов-реакций позволило выявить эффективные способы подачи новостной информации политической тематики для детей и подростков. Для детской аудитории – это структуры новостного текста «Inverted pyramid» (Перевернутая пирамида) и «Cake» (Торт); иллюстративно-изобразительный материал встречается не единожды в новостном тексте с репетиционной / выделительной / интегративной взаимосвязью и обладает аргументирующей / информативной / смешанной функцией. Для подростковой аудитории – это структура новостного текста «Kebab» (Кебаб); иллюстративно-изобразительный материал находится только после «Title» (Заголовка) с репетиционной / интегративной взаимосвязью и обладает аргументирующей / информативной функцией; политическая терминология введена при помощи перифраза определения с усеченным словарным описанием; перифраза определения из толкового словаря с указанием на основной признак; прямого толкования из словаря; аллюзии из политической сферы.

Перспективы нашего исследования видятся в применении корреляционной теории при изучении текстов-стимулов разнообразной тематики и текстов-реакций на них, оставленных читателями детского и подросткового возраста.

Проведенное исследование вносит вклад в развитие методологии медиалингвистики и медиатекстологии.

Работы, опубликованные по теме диссертации

Статьи в журналах, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты

диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук:

1. Вдовиченко, Е. А. Новостные тексты политической тематики со структурой «Cake» («Торт») в детском франкоязычном журнале «1jour1actu» / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Политическая лингвистика. – 2022. – № 6 (96). – С. 31–37. – 0,4 п.л. (лично автора – 0,35 п.л.).
2. Вдовиченко, Е. А. Взаимосвязь структурных компонентов новостных текстов политического характера с комментариями детской таргет-группы / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева, С. Ю. Жданова // СибСкрипт. – 2023. – Т. 25, № 4. – С. 543–555. – 0,8 п.л. (лично автора – 0,48 п.л.).
3. Вдовиченко, Е. А. Особенности детских комментариев на новостные тексты политической тематики со структурой «Kebab» (Кебаб) / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2023. – № 3 (50). – С. 116–124. – 0,56 п.л. (лично автора – 0,45 п.л.).
4. Вдовиченко, Е. А. Новостной текст политической тематики со структурой «Kebab» (Кебаб) для моно- и двойного адресатов / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. – 2023. – № 2. – С. 63–77. – 0,9 п.л. (лично автора – 0,75 п.л.).
5. Вдовиченко, Е. А. Новостной франкоязычный текст политической тематики со структурой «Пирамида» для моно- и двойного адресатов / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2023. – № 2. – С. 101–111. – 0,68 п.л. (лично автора – 0,55 п.л.).
6. Вдовиченко, Е. А. Новостной франкоязычный текст политической тематики со структурой «Diamond» («Бриллиант») для таргет-групп младшего школьного и младшего подросткового возраста / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Политическая лингвистика. – 2023. – № 6 (102). – С. 57–67. – 0,68 п.л. (лично автора – 0,55 п.л.).
7. Вдовиченко, Е. А. Новостной франкоязычный текст политической тематики со структурой «Martini Glass» (Бокал мартини) для детей и детей-подростков / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2024. – № 4(55). – С. 206–215. – 0,6 п.л. (лично автора – 0,5 п.л.).
8. Вдовиченко, Е. А. Синтаксические особенности детских комментариев на франкоязычные медиатексты политической тематики / Е. А. Вдовиченко // Современный ученый. – 2024. – № 6. – С. 15–21. – 0,4 п.л.
9. Вдовиченко, Е. А. Новостной текст политической тематики со структурой «Hourglass style» (Песочные часы), ориентированный

на детей / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. – 2024. – Т. 14, № 1. – С. 41–56. – 1 п.л. (лично автора – 0,8 п.л.).

10. Вдовиченко, Е. А. Корреляция структурных компонентов франкоязычных статей политического характера с комментариями на них от детей и подростков / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Политическая лингвистика. – 2024. – № 1 (103). – С. 29–41. – 0,8 п.л. (лично автора – 0,65 п.л.).

11. Вдовиченко, Е. А. Особенности детских комментариев на франкоязычные медиатексты политического характера со структурой «Diamond» (Бриллиант) / Е. А. Вдовиченко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2024. – Т. 17, № 7. – С. 2264–2269. – 0,37 п.л.

12. Вдовиченко, Е. А. Структура франкоязычного медиатекста как триггер употребления политической терминологии в речи детей раннего подросткового возраста / Е. А. Вдовиченко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2024. – Т. 17, № 8. – С. 2763–2767. – 0,3 п.л.

13. Вдовиченко, Е. А. Комментарии детей на франкоязычные медиатексты политической тематики со структурой «Martini Glass» (Бокал мартини) / Е. А. Вдовиченко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2024. – Т. 17, № 12. – С. 4689–4694. – 0,37 п.л.

14. Вдовиченко, Е. А. Восприятие политического дискурса детской таргет-группой / Е. А. Вдовиченко, Е. А. Медовикова // Политическая лингвистика. – 2024. – № 4 (106). – С. 122–130. – 0,56 п.л. (лично автора – 0,45 п.л.).

15. Вдовиченко, Е. А. Комментарии детей и подростков на франкоязычные медиатексты со структурой «Diamond» (Бриллиант) / Е. А. Вдовиченко // Политическая лингвистика. – 2024. – № 5 (107). – С. 52–57. – 0,37 п.л.

16. Вдовиченко, Е. А. Введение политической терминологии в новостные франкоязычные тексты, предназначенные для читателей детского и подросткового возраста / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // СибСкрипт. – 2025. – Т. 27, № 1. – С. 110–118. – 0,56 п.л. (лично автора – 0,45 п.л.).

17. Вдовиченко, Е. А. Зависимость параметров сложности и качества франкоязычного политического новостного текста со структурой «Перевернутая пирамида» от лексических единиц, репрезентирующих его макрофрейм / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2025. – Т. 18, № 4. – С. 1337–1342. – 0,37 п.л. (лично автора – 0,3 п.л.).

18. Вдовиченко, Е. А. Политическая терминология в новостных текстах, ориентированных на детскую аудиторию / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева //

Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. – 2025. – № 5 (499). – С. 7–14. – 0,5 п.л. (лично автора – 0,4 п.л.).

19. Вдовиченко, Е. А. Параметры оценки трудности франкоязычных новостных текстов со структурой «Kebab» (Кебаб) для подросткового возраста / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Мир науки, культуры, образования. – 2025. – № 3 (112). – С. 424–427. – 0,25 п.л. (лично автора – 0,2 п.л.).

20. Вдовиченко, Е. А. Параметры оценки сложности политических новостных текстов со структурой «Inverted pyramid» («Перевернутая пирамида») для детской аудитории / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Политическая лингвистика. – 2025. – № 3 (111). – С. 190–195. – 0,37 п.л. (лично автора – 0,3 п.л.).

Монография:

21. Вдовиченко, Е. А. Политический медиатекст для детского и раннего подросткового возраста (на материале франкоязычных журналов) / Е. А. Вдовиченко. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2025. – 155 с. – 9,68 п.л.

Разделы в коллективных монографиях:

22. Вдовиченко, Е. А. Комментарии детской таргет-группы на новостные тексты политической тематики со структурами «Hourglass Style» (Песочные часы) и «Cake» (Торт) / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Социальные сети. Т. V. Педагогический аспект виртуальной коммуникации / науч. ред. Н. Д. Голев; отв. ред. Л. Г. Ким, О. П. Сологуб. – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2024. – С. 36–51. – 1 п.л. (лично автора – 0,8 п.л.).

23. Вдовиченко, Е. А. Особенности архитектоники медиатекстов политической тематики со структурой «Inverted pyramid» для детской и детско-подростковой групп / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Инновационные исследования вербального и поликодового текста / под общ. ред. Ф. И. Карташковой. – Иваново: Ивановский государственный университет, 2025. – С. 59–72. – 0,8 п.л. (лично автора – 0,7 п.л.).

Статьи в прочих научных изданиях:

24. Вдовиченко, Е. А. Роль иллюстративно-изобразительного материала новостных статей для детей и подростков в аспекте формирования имиджа политика / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Вопросы иноязычной филологии в свете современных исследований: сборник научных статей XXXIII Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 20–21 октября 2022 года. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева, 2022. – С. 73–77. – 0,3 п.л. (лично автора – 0,25 п.л.).

25. Вдовиченко, Е. А. Имидж политика в креолизированных новостных текстах, ориентированных на детскую аудиторию / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Романо-германские языки: интеграция методики преподавания и филологии: материалы VII Международной очно-заочной научно-практической конференции, Горловка, 2 декабря 2022 года. – Горловка: Горловский институт иностранных языков, 2022. – С. 53–55. – 0,18 п.л. (лично автора – 0,15 п.л.).

26. Вдовиченко, Е. А. Функции иллюстративно-изобразительного материала новостного франкоязычного политического дискурса, адресованного детско-подростковой аудитории / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Общетеоретические и типологические проблемы языкознания: сборник материалов VII Международной научной конференции, Бийск, 26 сентября 2022 года. – Бийск: Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В. М. Шукшина, 2022. – С. 42–47. – 0,37 п.л. (лично автора – 0,3 п.л.).

27. Вдовиченко, Е. А. Креолизация новостного политического дискурса, адресованного франкоязычной детской аудитории. Краткий обзор / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Человек – культура – язык – текст: интерпретация образа мира: материалы Всероссийской научной конференции, Ялта, 13–14 октября 2022 года. – Ялта: Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) в г. Ялте, 2022. – С. 6–9. – 0,25 п.л. (лично автора – 0,2 п.л.).

28. Вдовиченко, Е. А. Типы взаимосвязи визуальной и вербальной частей новостных текстов политического характера, ориентированных на детей-подростков / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // MEDIAОбразование: цифровая среда в условиях вынужденной метаморфозы: сборник материалов VII Международной научно-практической конференции, Челябинск, 22–24 ноября 2022 года. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2022. – С. 402–406. – 0,3 п.л. (лично автора – 0,25 п.л.).

29. Вдовиченко, Е. А. Тематическая соотнесенность комментариев детей на новостные тексты политической тематики / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Проблемы гуманитарных наук и образования в современном мире: сборник научных статей по материалам IX Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), Сибай, 24 ноября 2023 года. – Сибай: Уфимский университет науки и технологий, 2023. – С. 154–155. – 0,12 п.л. (лично автора – 0,1 п.л.).

30. Вдовиченко, Е. А. Грамматические особенности детских комментариев к франкоязычным медиатекстам политической тематики / Е. А. Вдовиченко // Язык и мышление: психологические и лингвистические аспекты: материалы XXIV Международной научной конференции, посвященной Году семьи

в Российской Федерации, Покров, 18–19 сентября 2024 года. – Москва: Московский педагогический государственный университет, 2024. – С. 77–83. – 0,4 п.л.

31. Вдовиченко, Е. А. Медиатекст как объект исследования / Е. А. Вдовиченко // Вопросы иноязычной филологии и переводоведения: новые подходы и актуальные исследования: сборник научных статей XXXVII Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 17–18 октября 2024 года. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева, 2024. – С. 28–32. – 0,3 п.л.

32. Вдовиченко, Е. А. Пунктуация в комментариях, оставленных франкоязычными подростками к медиатекстам / Е. А. Вдовиченко // Проблемы гуманитарных наук и образования в современном мире: сборник научных статей по материалам X Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции, Сибай, 22 ноября 2024 года. – Сибай: Уфимский университет науки и технологий, 2024. – С. 243–245. – 0,18 п.л.

33. Вдовиченко, Е. А. Функции франкоязычного политического медиатекста, ориентированного на детей / Е. А. Вдовиченко, В. А. Каменева // Переводческий дискурс: междисциплинарный подход: материалы IX Международной научно-практической конференции, Симферополь, 24–25 апреля 2025 года. – Симферополь: Ариал, 2025. – С. 23–26. – 0,25 п.л. (лично автора – 0,2 п.л.).

34. Вдовиченко, Е. А. Образовательно-просветительская функция франкоязычного политического медиатекста, ориентированного на подростков / Е. А. Вдовиченко // Актуальные проблемы развития образования: материалы симпозиума XX (LII) Международная научная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей», Кемерово, 23 апреля 2025. – Кемерово, 2025. – С. 269–271. – 0,18 п.л.