

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.133.96>

**ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ ОРГАНИЗАЦИИ КОНТЕНТА ВЕБ-САЙТОВ РОССИЙСКИХ
УНИВЕРСИТЕТОВ**

Научная статья

Церюльник А.Ю.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0003-1650-0280;

¹ Тихоокеанский государственный университет, Хабаровск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (anna-jur[at]mail.ru)

Аннотация

В статье рассматриваются особенности вербальных средств организации контента в интернет-дискурсе и определяется их функционально-прагматический потенциал на материале веб-сайтов университетов России. Отмечается, что веб-сайты являются важным способом формирования имиджа университета в международном научно-образовательном пространстве. Выделяются словообразовательные, лексические, морфологические, синтаксические и стилистические особенности. Описано функционирование аббревиатур, особенность сочетания лексики, характеризующей интернет-среду, образовательную деятельность, а также профиль учебного заведения. Рассмотрено своеобразие использования существительных, глаголов и местоимений в гиперссылках, а также в отдельных текстовых блоках. Отмечено активное включение прямой речи, цитат, косвенной речи, а также вводных конструкций со значением источника сообщения. В рамках рассмотрения стилистических особенностей выделено сочетание официально-делового стиля с элементами публицистического стиля.

Ключевые слова: интернет, интернет-дискурс, вербальные средства, веб-сайт, университет.

SPECIFICS OF VERBAL MEANS OF CONTENT ORGANIZATION OF RUSSIAN UNIVERSITIES' WEBSITES

Research article

Tseriulnik A. Y.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0003-1650-0280;

¹ Pacific National University, Khabarovsk, Russian Federation

* Corresponding author (anna-jur[at]mail.ru)

Abstract

The article examines the specifics of verbal means of content organization in the Internet discourse and determines their functional and pragmatic potential on the material of websites of Russian universities. It is pointed out that websites are an important way of forming the image of the university in the international scientific and educational space. Word-formation, lexical, morphological, syntactic and stylistic features are highlighted. The article describes the functioning of abbreviations, the peculiarity of combining the lexicon characteristic of the Internet environment, educational activities, as well as the profile of the educational institution. The peculiarity of the use of nouns, verbs and pronouns in hyperlinks, as well as in separate text blocks, is analysed. The active inclusion of direct speech, quotations, indirect speech, as well as introductory constructions with the meaning of the source of the message is noted. Within the framework of consideration of stylistic features, the combination of official business style with elements of publicistic style is highlighted.

Keywords: internet, internet discourse, verbal means, website, university.

Введение

В настоящее время одним из ключевых способов формирования имиджа университета в международном научно-образовательном пространстве является разработка и сопровождение веб-сайта. Правильная организация вербальной информации на веб-сайте помогает корректно представить профиль учебного заведения и его структуру, отражает систему программ и актуальные события. Всё это определяет необходимость установления прагматического потенциала вербальных средств для эффективного функционирования университетов в глобальном интернет-пространстве.

Веб-сайты образовательных учреждений, в том числе университетские веб-сайты, являются основным источником информации об этих учреждениях, что подтверждают труды исследователей [1], [3], [4], [5]. Университетский веб-сайт считается инструментом повышения международной привлекательности университета. При этом следует отметить, что веб-сайты университетов весьма мало изучены с лингвистической точки зрения.

В лингвистике неоднократно отмечается, что язык организует, оформляет и представляет наши знания об окружающем мире. Текст создаётся, для того чтобы описать некоторую ситуацию и выразить наше отношение к ней. На веб-сайтах российских университетов потенциальному посетителю представлены различные взаимосвязанные ситуации, отражающие объективную реальность. Их представление организовано на принципах иерархии, в направлении от наиболее стандартных и общих компонентов информации к более конкретным и специфическим. В связи с этим весьма важно определить, какие языковые единицы используются для того, чтобы в соответствии с намерением автора обозначить ситуации и отразить иерархию архитектуры представления знаний для адресата, а также привлечь и удерживать внимание посетителей, сотрудничать с ними, т.к. сотрудничество, взаимодействие – это

сущностная характеристика коммуникации в интернете, без которой взаимодействие в интернет-среде между представителями веб-сайтов университетов и пользователями невозможно.

Следует также отметить, что первостепенную роль в навигации на веб-сайте российских университетов играет лингвистическое оформление навигационных компонентов, т.е. те лингвистические единицы, которые сопровождают навигацию по веб-ресурсу и обозначают релевантные блоки информации.

Основные результаты

В этой статье на примере веб-сайтов Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ВШЭ), Тихоокеанского государственного университета (ТОГУ), Дальневосточного федерального университета (ДФУ), Московского государственного университета (МГУ), а также Санкт-Петербургского горного университета (СПГУ) мы прокомментируем некоторые явления в области словообразования, лексикологии, морфологии, синтаксиса и стилистики, обнаруженные в процессе изучения вербальных средств организации контента веб-сайтов этих университетов.

Рассмотрим средства словообразования. Так, следует отметить, что в качестве гиперссылок возможно использование аббревиатур, если они общеприняты в данном коммуникативном сообществе в целом или среди носителей профессиональной субкультуры. Важно акцентировать внимание на том, что аббревиатура должна быть обязательно узнаваемой пользователем, т.к. гиперссылки во многом отражают содержание раздела. Именно поэтому малоизвестная аббревиатура может послужить препятствием обращения пользователя на веб-сайте к конкретному материалу вследствие непонимания названия гиперссылки.

Так, на веб-сайте ТОГУ в меню представлена гиперссылка «Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ». Аббревиатура ОВЗ расшифровывается как «ограниченные возможности здоровья». Обозначенное понятие является в России общепринятым. При этом необходимо не забывать, что веб-сайт создается для широкого круга пользователей, поэтому наименования должны быть понятны всем. Малоизвестные аббревиатуры нужно расшифровывать и предлагать только в качестве сокращения понятия, которое в полном объеме предварительно представлено на веб-сайте. Например, на веб-сайте ДВФУ в меню на главной странице имеется внешняя гиперссылка «Центр НТИ», которая ведет на другой веб-сайт. Аббревиатура расшифровывается как «национальная технологическая инициатива». Также на этом сайте представлена внешняя гиперссылка ИНТЦ «Русский». Аббревиатуру можно расшифровать как «инновационный научно-технологический центр». В этих двух случаях аббревиатуры можно понять, только если перейти по гиперссылке. Именно поэтому подобные аббревиатуры следует расшифровывать и по возможности в качестве гиперссылки предлагать полное название понятия. Следует отметить, что наиболее распространёнными аббревиатурами на сайтах российских университетов являются аббревиатуры самих учебных заведений, а также названия институтов, факультетов и кафедр. Так, например, на веб-сайте ТОГУ приводится список названий факультетов и институтов в виде аббревиатур с полной расшифровкой этих названий. Все аббревиатуры являются гиперссылками на список кафедр, входящих в состав обозначенных структурных подразделений. Наличие расшифровки позволяет понять значение аббревиатуры и оперативно получить нужную информацию.

Лексические средства, используемые в навигационной структуре веб-сайта, отражают специфику интернет коммуникации – использование специальных терминов навигации по веб-пространству с одной стороны, а с другой стороны специфику тематики веб-сайта. Использование лексических единиц напрямую зависит от раздела меню. Все это непосредственно находит отражение и на веб-сайтах российских университетов, где следует отметить наличие специальной терминологии, характерной как для веб-среды, так и для университетской сферы.

Среди терминов интернет-пространства, представленных и на веб-сайтах российских университетов, следует отметить следующее: «*Главная страница*», «*Карта сайта*», «*Поиск*», «*Версия для слабовидящих*», «*Личный кабинет*». Отмечая лексику, которая отражает специфику деятельности университетов, следует выделить следующее: «*Об университете*», «*Портал абитуриента*», «*Электронная приёмная*», «*Сведения об образовательной организации*», «*Образовательные программы*», «*Институты и школы*», «*Преподавателям/сотрудникам*», «*Выпускникам*», «*Аспирантам*», «*Наука и инновации*», «*Международная деятельность*», «*Дополнительное профессиональное образование*».

Наряду с общеупотребительными словами, а также лексикой, которая отражает образовательную деятельность университетов, на веб-сайтах некоторых университетов также присутствует терминология, характеризующая профиль учебного заведения. Так, например, на веб-сайте Санкт-Петербургского горного университета представлены термины, из области геологии, горного дела, металлургии, геоэкологии, экономики отраслей минерально-сырьевого комплекса («*Материаловедение и металлургия*», «*Нефтегазовые системы*»).

В целом нужно отметить, что на веб-сайтах российских университетов широко распространено использование официально-делового стиля. Это обусловлено образовательной сферой, в рамках которой функционируют анализируемые веб-сайты. Среди ключевых характеристик можно выделить отсутствие двусмысленности и каких-либо разночтений, использование стандартных синтаксических моделей, точность, императивность, объективность и документальность, конкретность, официальность, лаконичность. Обозначенные характеристики официально-делового стиля реализуются на сайтах российских университетов в размещенных документах, регламентирующих отношения: государство – университет, университет – сотрудники/преподаватели, университет – студенты, университет – абитуриенты:

- *Устав ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»;*
- *Коллективный договор Тихоокеанского государственного университета;*
- *Приказ о зачислении на 1 курс бакалавриата;*
- *Свидетельство о государственной аккредитации ДВФУ;*
- *Положение о порядке отчисления, восстановления и перевода обучающихся по образовательным программам высшего образования (бакалавриата, специалитета, магистратуры) в ДВФУ Рег. от 08.12.2021 №12-50-178;*

– **Указ Президента Российской Федерации «О ректоре федерального государственного образовательного учреждения высшего образования "Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова"».**

Среди жанров официально-делового стиля, представленных на веб-сайтах университетов, можно выделить приказы, указы, уставы, объявления, отчеты, договоры, приглашения, стандарты, положения, распоряжения.

При этом важным структурным элементом веб-сайтов российских университетов являются новостные блоки, в которых часто используется публицистический стиль, что обуславливает экспрессивный характер некоторых выражений:

- **Лучшие условия** для самореализации одаренных школьников и подготовки к учебе в лучших вузах (ВШЭ);
- **Студенты делились со школьниками лайфхаками** из внеучебной жизни, выпускники искали новых коллег среди старшекурсников (ВШЭ);
- **Целью Дня света для студентов и абитуриентов стало погружение школьников и учащихся младших курсов в увлекательный мир науки** (ВШЭ).

Таким образом, использование или отсутствие эмотивных средств обусловлено жанровыми рамками контента университетского веб-сайта.

Важно отметить, что анализ традиций актуализации грамматических категорий в организации контента веб-сайтов учитывает прагматические функции, прагматический потенциал грамматических категорий, т.к. «прагматика, в широком смысле является не только внешним свойством языковой системы, но и внутренним: это способность содержания, выражаемого данной грамматической формой, информировать о позиции говорящего» [2].

Следует заметить, что традиции функционирования единиц грамматической системы естественного языка и актуализация их категорий в языковом оформлении веб-страницы исследуются нами на материале гипертекста веб-сайтов университетов, в том числе рассматриваются высказывания – гиперссылки, которые выполняют функцию заголовков блоков информации, размещенной на веб-сайте. В связи с этим важно обратить внимание на полифункциональность данных высказываний в языковом оформлении веб-страницы, что определяет необходимость тщательного отбора лексико-грамматических средств для их оформления.

В данном научном исследовании мы выделим наиболее часто встречающиеся морфологические средства, которые включают в себя особенности функционирования той или иной части речи и специфику их реализации в оформлении страниц веб-сайтов на примерах веб-сайтов российских университетов. Итак, рассмотрим части речи и их категории в организации информации на пространстве веб-страницы.

Необходимо отметить, что при оформлении контент-меню веб-сайтов российских университетов доминируют имена существительные в форме единственного и множественного числа. Данный факт отражает общую традицию использования существительных в заголовках: «Образование», «Наука», «Экспертиза», «Общеуниверситетские кафедры», «Научные подразделения» (веб-сайт ВШЭ), «Общие сведения», «Трудоустройство», «Автошкола ТОГУ» (веб-сайт ТОГУ), «Ректор», «История», «Рейтинги», «Безопасность» (веб-сайт ДВФУ), «Выпускники», «Интернет-ресурсы», «Адреса» (веб-сайт МГУ), «Аспирантура», «Расписание занятий», «План приёма» (веб-сайт СПГУ).

Следует отметить, что для обозначения объекта направления информации часто используется форма дательного падежа без предлога. Подобные конструкции обозначают лицо, которому предназначена информация. По определению исследователей [2], дательный падеж принадлежит к числу субъектных падежей, играя роль второго субъекта, участвующего в речевой ситуации. Исходя из значения адресата информации, можно предположить, что на русскоязычных сайтах доминанта формы дательного падежа без предлога, указывающая одушевленное лицо, усиливает «активное участие» данного адресата в ситуации, представляя его в качестве участника речевой ситуации [2].

Так, на университетских веб-сайтах нами были выделены следующие разделы, представляющие собой подобную грамматическую форму существительного либо содержащие в себе эту форму: «Абитуриенту», «Студенту», «Выпускнику» (ТОГУ). Также используются субстантивированные причастия в дательном падеже: «Поступающим» (МГУ, СПГУ).

В некоторых случаях на веб-сайтах, в названиях разделов, представлен предложный падеж: «О Вышке» (ВШЭ), «О портале» (ТОГУ).

Также следует заметить, что на веб-сайтах организаций, как правило, представлены имена собственные, называющие людей, которые осуществляют определенный вид деятельности. Это повышает впечатление публичности, открытости и контактности, усиливает эффект персональности. Все это создает понимание того, что компания, организация – это не безликая масса, а люди, ее создающие и работающие в ней, поэтому внимание необходимо каждой личности. Это относится и к веб-сайтам российских университетов.

Так, например, в разделе «Ректорат» на веб-сайте ТОГУ размещены имена всех проректоров и имя ректора. Также на веб-сайте ТОГУ представлены имена руководителей структурных подразделений (институтов, факультетов), имена преподавателей кафедр, а также краткая информация о человеке (сфера профессиональной деятельности, научные достижения).

Следует отметить, что в организации контента веб-сайтов часто используются глагольные формы. Известно, что глагол как часть речи обладает комплексом грамматических категорий (лицо, число, время, наклонение, вид). В связи с тем, что одной из основных функций контента веб-сайтов университетов является информативная функция, широко представлены глаголы изъявительного наклонения прошедшего, настоящего и будущего и времени, при помощи которых оформляются информационные блоки:

- **ВШЭ и Технологический университет Малайзии подписали соглашение о сотрудничестве** (ВШЭ);
- **Новым директором Лицея НИУ ВШЭ станет Валерий Пазынин** (ВШЭ);
- **ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет» объявляет конкурс на замещение должностей...** (ТОГУ).

Однако при оформлении гипертекста релевантными оказываются не все, а лишь некоторые категории. Прежде всего, необходимо подчеркнуть роль императивных глагольных конструкций, которые играют ведущую роль в сфере повелительности. На веб-сайте императивные конструкции выполняют различные функции. Прежде всего, они определяют действия пользователя на пространстве веб-страницы, т.е. выполняют собственно регулирующую функцию и во многом помогают моделировать сценарий навигации посетителя на сайте. Наряду с обозначением потенциального действия пользователя глагольные формы повелительного наклонения побуждают к активному действию – использованию предлагаемых услуг и обмену информацией. Употребление императивных конструкций на веб-странице определяется семантическим потенциалом форм повелительного наклонения. Данные конструкции выражают отношения говорящего, имплицитно направлены непосредственно на адресата и побуждают его к действию:

- «**Поступайте** в ТОГУ!», «**Следите** за новостями в официальных аккаунтах ТОГУ» (ТОГУ);
- «Нашли опечатку? **Выделите** её, **нажмите** Ctrl+Enter и **отправьте** нам уведомление» (ВШЭ);
- **Пополни** ряды профсоюзной организации ТОГУ! (ТОГУ);
- «**Выбирай** самые актуальные направления и **реализуй** свои профессиональные амбиции» (ДВФУ);
- **Посещай** интенсивы, онлайн-курсы и модули от ведущих преподавателей ДВФУ, российских и зарубежных вузов, отраслевых экспертов (ДВФУ);
- **Дни открытых дверей. Действуй, выбирай, формируй** успех (ВШЭ).

Также важно отметить и то, что в веб-среде в значении глаголов повелительного наклонения часто используются инфинитивы. Общеизвестен факт, что функция побуждения у инфинитива намного сильнее в данном случае, чем у глагола повелительного наклонения. Мы отметили такие конструкции с инфинитивом, которые содержат значение императивности: «**Задать** вопрос», «**Зарегистрироваться**», «**Войти**», «**По** всем вопросам **обращаться**» (ТОГУ), «**Связаться** с нами» (МГУ).

В организации контента веб-сайтов российских университетов используются конструкции с местоимениями. Из всего многообразия разрядов местоимений предпочтение отдается личным, притяжательным и вопросительным. Эта закономерность – одна из черт оформления гипертекста университетских веб-сайтов:

- **Как** нас найти и режим работы (СПГУ);
- **Как** поступить на бюджет? (СПГУ);
- **Как** Горный мотивирует молодых ученых (СПГУ).

В данных конструкциях содержится вопросительное местоимение *как*, которое актуализирует информацию и акцентирует внимание пользователей на конкретном материале.

- **Наши** спикеры – ведущие эксперты-практики (ДВФУ).

Притяжательное местоимение *наш* можно определить как элемент консолидации автора информации и реципиента.

Использование местоимения 2-го лица единственного лица и множественного лица (*ты, вы*), а также притяжательных местоимений (*твой, ваши*) усиливает личностное начало, персонифицирует обращение авторов информации к потенциальному читателю:

- **Магистратура** – это **твой** шаг в развитии твоей будущей карьеры! (ДВФУ);
- 1635 бюджетных мест ждет **тебя** в магистратуре ДВФУ. Одно из них станет **твоим**! (ДВФУ);
- На презентации кампуса **вы** узнаете (ВШЭ);
- Думая о завтрашнем дне, **Вы** думаете о своем будущем! (ТОГУ).

Использование императива в единственном числе и формы второго лица единственного числа местоимений и глаголов на веб-сайтах университетов позволяет создать более доверительную атмосферу, как будто читатель получает информацию от своего хорошего знакомого, а не читает новости интересующего его университета. Возникает некий эффект интимизации коммуникации.

Интересно отметить, что на сайтах некоторых университетов в отдельных случаях используется форма 1 лица множественного числа, при помощи которой выражается некое обобщенное лицо:

- **Мы** в соцсетях (СПГУ, МГУ);
- К открытию онлайн-кампуса **мы** создали его прототип в метавселенной, чтобы обеспечить удобный и интерактивный способ общения в эпоху цифровой трансформации (ВШЭ);
- **Приглашаем** на конференцию смыслов о настоящем и будущем онлайн-образования (ВШЭ);
- **Открываем** двери 23 мая в 19.00 (ВШЭ).

В некоторых примерах отсутствует местоимение *Мы*, однако используются глаголы в форме 1 лица множественного числа. Главное действующее лицо в данном случае – представители структурных подразделений университета. Авторами являются, как правило, сотрудники пресс-службы.

Далее мы рассмотрим наиболее часто встречающиеся синтаксические средства, которые включают в себя особенности функционирования различных синтаксических единиц – словоформ, словосочетаний и предложений.

Следует отметить, что для обозначения блоков информации в качестве ссылок могут использоваться различные синтаксические единицы. Словосочетания выполняют номинативную функцию, в то время как предложение в силу обладания категорией предикативности обозначает ситуацию, выражая отношения к ней автора и определяя действия адресата («Объединенный студенческий комитет», «Молодежно-студенческие отряды МГУ» – словосочетания, «**Как поступить на бюджет?**» – предложение).

Известно, что вопросительная конструкция предполагает диалогическое общение. Вопросительная конструкция в качестве организации блоков информации на странице веб-сайта – это вопрос потенциального читателя, на который авторы информации уже подготовили ответ. Вопросительные конструкции в данном случае усиливают эффект

взаимодействия автора и читателя, для обозначения которого в современном языке используется слово «интерактивность».

Следует отметить, что официальную атмосферу на сайтах российских университетов усиливают пассивные конструкции, оформленные при помощи возвратных глаголов, а также кратких страдательных причастий:

– К участию в VI Международном Конкурсе «Дизайн-Перспектива 2023» **приглашаются** студенты профильных ВУзов и факультетов (ТОГУ);

– Группы на курсах **комплекуются** с учетом подготовленности школьников (ДФУ);

– В Тихоокеанском государственном университете **открыт** диссертационный совет по педагогическим наукам (ТОГУ).

В текстах информационных блоков веб-сайтов широко распространены осложнённые предложения:

– На базе Тихоокеанского государственного университета создан консультационный центр поддержки студентов и преподавателей в случае прекращения деятельности организаций, **осуществляющих образовательную деятельность** (ТОГУ).

Также следует отметить на веб-сайтах российских университетов активное включение прямой речи, цитат, косвенной речи, вводных конструкций со значением источника сообщения, что подчеркивает авторство и достоверность информации:

– **По словам Елены Кулеш**, модератора круглого стола, поездка преподнесла много нового и интересного в области прикладных аспектов реализации национальной политики (ТОГУ);

– **Анна Тыщецкая отметила**, что развитие взаимовыгодных отношений с университетами АТР имеет в первую очередь прикладной характер (ВШЭ);

– «Мы запустили этот проект, чтобы сделать образование от лидирующего вуза и наработанные за 30 лет академические стандарты НИУ ВШЭ доступными широкой аудитории», – **комментирует** Юлия Ремезова, директор по онлайн-обучению (ВШЭ);

– **Надеюсь, что мое участие в работе Корсовета принесет пользу молодым ученым и преподавателям, в том числе работающим на Дальнем Востоке и в Хабаровском крае**, – **прокомментировал** Алард Чирнинов (ТОГУ);

– **Сотрудничество с министерством культуры, с правительством Хабаровского края – очень важно для нашего университета. Целевая модель развития ТОГУ, поддержанная в рамках реализации проекта «Приоритет 2030» – это вуз, который способен решить большой спектр задач в интересах того региона, где мы находимся – Хабаровского края**, – **подчеркнул, комментируя** значимое событие и.о ректора Юрий Марфин (ТОГУ);

– **Такой вид туризма органично сочетается с культурной программой: осмотр достопримечательностей, посещение театров и музеев**, – **рассказала** руководитель программы, доцент департамента наук о Земле Института Мирового океана Анастасия Широкова (ДФУ).

Следует отметить, что в новостных сообщениях, представленных на веб-сайтах университетов, активно используются глаголы со значением речевой деятельности: сказать, отметить, прокомментировать, подчеркнуть, обозначить, заявить, заверить, подтвердить и др. Глаголы данной семантики указывают, с одной стороны, на источник получения информации, а с другой – на её достоверность, хотя она может носить как объективный, так и субъективный характер. При помощи подобных глаголов на веб-сайтах вводится прямая или косвенная речь.

Заключение

В заключение можно сказать, что вербальные средства организации контента веб-сайтов российских университетов (словообразовательные, лексические, морфологические, синтаксические и стилистические) играют большую роль в создании положительного впечатления у посетителей веб-сайта. Также следует отметить, что университетские веб-сайты России отражают общие современные тенденции развития интернет-среды, при этом обладают отличительными языковыми особенностями, характерными для образовательной сферы.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Абашкин А.В. Рейтинг университетского сайта как инструмент повышения конкурентоспособности вуза / А.В. Абашкин // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2014. — № 12(2). — С. 32-35.
2. Агеева Н.С. Стратегии компьютерно-опосредованной коммуникации в университетском образовательном пространстве : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Агеева Наталья Сергеевна. — М., 2021. — 214 с.
3. Атабекова А.А. Лингвистический дизайн WEB-страниц: проблемы «коммуникативных неудач» / А.А. Атабекова // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах. — Пятигорск, 2002. — Ч.1. — С. 148-153.
4. Ахренова Н.А. Доминанты современной интернет-лингвистики : дисс. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 / Ахренова Наталья Александровна. — Мытищи, 2018. — 383 с.

5. Воборил Л. Русский язык — его развитие и функционирование — в коммуникативных условиях виртуального веб-пространства / Л. Воборил // ROSSICA OLOMUCENSIA XLVI-II (XIX Оломоуцкие дни русистов 30.08.-01.09.2007). — Оломоуц, 2008. — С. 23-37.
6. Гу Х. Анализ официального вкуса новостей веб-сайта китайского университета / Х. Гу // Fudan Education Forum. — 2009. — № 7(4). — С. 39-41.
7. Ковчуго Е.А. Результаты интеллектуальной деятельности российских и зарубежных университетов в зеркале веб-сайтов интернета / Е.А. Ковчуго // Биржа интеллектуальной собственности. — 2011. — Т. 10. — № 9. — С. 17-23.
8. Помазов А.И. Языковые и поликодовые средства выражения категории аттрактивности в русском языке интернета (на материале медиатекстов в контенте веб-сайтов российских вузов) : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Помазов Алексей Игоревич. — Нижний Новгород, 2022. — 204 с.
9. Фан Г. Сравнительное исследование по дизайну интерфейса университетов в Китае и Японии / Г. Фан. — Технологический университет Чанчунь, 2014. — С. 16-18.
10. Яковлева В.В. Дискурс в образовательной деятельности (терминологический аспект) / В.В. Яковлева // Вестник МГЛУ. Гуманитарные науки. — 2021. — Вып. 11(853). — С. 191-203.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Abashkin A.V. Rejting universitetskogo sajta kak instrument povyshenija konkurentosposobnosti vuza [University Website Rating as a Tool to Increase Competitiveness of Higher Education Institution] / A.V. Abashkin // Aktual'nye problemy gumanitarnyh i estestvennyh nauk [Actual Problems of Humanities and Natural Sciences]. — 2014. — № 12(2). — P. 32-35. [in Russian]
2. Ageeva N.S. Strategii komp'juterno-oposredovanoj kommunikacii v universitetskom obrazovatel'nom prostranstve [Strategies of Computer-Mediated Communication in University Educational Space] : dis. ... PhD in Philology : 10.02.19 / Ageeva Natalija Sergeevna. — M., 2021. — 214 p. [in Russian]
3. Atabekova A.A. Lingvisticheskiy dizajn WEB-stranic: problemy «kommunikativnyh neudach» [Linguistic Design of WEB-pages: Problems of "Communicative Failures"] / A.A. Atabekova // Kommunikacija: teorija i praktika v razlichnyh social'nyh kontekstah [Communication: Theory and Practice in Different Social Contexts]. — Pyatigorsk, 2002. — Pt.1. — P. 148-153. [in Russian]
4. Ahrenova N.A. Dominanty sovremennoj internet-lingvistiki [Dominants of Modern Internet Linguistics] : diss. ... PhD in Philology : 10.02.19 / Ahrenova Natal'ja Aleksandrovna. — Mytishhi, 2018. — 383 p. [in Russian]
5. Voboril L. Russkij jazyk — ego razvitie i funkcionirovanie — v kommunikativnyh uslovijah virtual'nogo web-prostranstva [Russian Language – its Development and Functioning — in Communicative Conditions of Virtual Webspace] / L. Voboril // ROSSICA OLOMUCENSIA XLVI-II (XIX Olomouckie dni rusistov 30.08.-01.09.2007) [ROSSICA OLOMUCENSIA XLVI-II (XIX Olomouc Days of Russians 30.08.-01.09.2007)]. — Olomouc, 2008. — P. 23-37. [in Russian]
6. Gu H. Analiz oficial'nogo vkusa novostej veb-sajta kitajskogo universiteta [An Analysis of the Official News Flavour of Chinese University Website] / H. Gu // Fudan Education Forum. — 2009. — № 7(4). — P. 39-41. [in Russian]
7. Kovchugo E.A. Rezul'taty intellektual'noj dejatel'nosti rossijskih i zarubezhnyh universitetov v zerkale veb-sajtov interneta [Results of Intellectual Activity of Russian and Foreign Universities in the Mirror of Internet Websites] / E.A. Kovchugo // Birzha intellektual'noj sobstvennosti [Intellectual Property Exchange]. — 2011. — Vol. 10. — № 9. — P. 17-23. [in Russian]
8. Pomazov A.I. Jazykovye i polikodovye sredstva vyrazhenija kategorii attraktivnosti v ruskom jazyke interneta (na materiale mediatekstov v kontente veb-sajtov rossijskih vuzov) [Linguistic and Polycode Means of Expressing the Attractiveness Category in the Russian Language of the Internet (on the Material of Media Texts in the Content of Websites of Russian Universities)] : diss. ... PhD in Philological Sciences : 10.02.01 / Pomazov Aleksej Igorevich. — Nizhny Novgorod, 2022. — 204 p. [in Russian]
9. Fan G. Sravnitel'noe issledovanie po dizajnu interfejsa universitetov v Kitae i Japonii [A Comparative Study on the Interface Design of Universities in China and Japan] / G. Fan. — Changchun University of Technology, 2014. — P. 16-18. [in Russian]
10. Jakovleva V.V. Diskurs v obrazovatel'noj dejatel'nosti (terminologičeskij aspekt) [Discourse in Educational Activities (a terminological aspect)] / V.V. Jakovleva // Vestnik MGLU. Gumanitarnye nauki [Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities]. — 2021. — Iss. 11(853). — P. 191-203. [in Russian]