**СОВОКУПНОСТЬ ТЕКСТОВ КАК МАКРОТЕКСТ
(на материале современной американской прессы)**

*В статье газетный макротекст определяется как явление газетной коммуникации, описаны его основные характеристики. Обсуждаются варианты терминологической фиксации исследуемой коммуникативной ситуации: сверттекст /гипертекст /макротекст.
Ключевые слова: газетный макротекст, сверттекст, гипертекст, кризисная ситуация.*

***Терехова Л.В. Сукупність текстів як макротекст (на матеріалі сучасної американської преси).** У статті газетний макротекст зображено як явище газетної комунікації, окреслено його питомі ознаки. Обговорюються варіанти термінологічної фіксації досліджуваного комунікативного явища: надтекст /гипертекст /макротекст.*

***Ключові слова:** газетний макротекст, надтекст, гипертекст, кризова ситуація.*

Terekhova L.V. Set of texts as macrotext (based on modern American press)

In this article newspaper macrotext is defined as a phenomenon of newspaper communication. Its main features are described. The following variants of terminological definition of the analyzed communicative situation are discussed: supertext /hypertext /macrotext.

***Key words:** newspaper macrotext, supertext, hypertext, crisis situation.*

Материалы, представленные в настоящей статье, являются частью диссертационного исследования, посвященного проблемам взаимодействия дискурса и текста в газетной коммуникации в рамках лингвистики текста, теории интертекстуальности и теории коммуникации.

Объектом исследования является множество отдельных текстов, посвященное одной теме, рассматриваемое как лингвокоммуникативное единство. Цель исследования - описать взаимодействие множества газетных текстов как целостное дискурсное явление. В частности оказалось, что исследование множества дискурсов представляет трудности терминологического и концептуального характера. Так, мы столкнулись с проблемой выбора подходящего обозначения для исследуемого текстового образования. Фигурирующие в научных исследованиях термины гипертекст, сверттекст (и его украинский эквивалент «надтекст»), макротекст, мегатекст так или иначе призваны обозначить семиотическое явление, которое по своим масштабам превосходит текст. Соответственно, цель данной публикации - разграничить определяемые ими явления.

В настоящей работе будет 1) проведена граница между отдельным текстом и совокупностью текстов, 2) представлена модель исследуемой коммуникативной ситуации, 3) разграничены большие текстовые образования, 4) соотнесены существующие концептуальные модели с моделью исследуемой коммуникативной ситуации.

СОВОКУПНОСТЬ ТЕКСТОВ КАК ЕДИНСТВО

Перефразируя М. М. Бахтина, текст никогда не бывает один: в коммуникации не может быть единого (одного) текста («не может быть единого (одного) смысла» [4, 350]). Как указывает В. В. Богуславская, «воспринимающие текст способны понять его смысл только в контексте с другими текстами» [6, 55]. Действительно, в повседневной и специализированной коммуникативной практике тексты наполняют смысловое пространство культуры. Читатель оказывается вовлеченным в информационные потоки, ему приходится оперировать большим количеством информации, вербальной и невербальной. При этом, ежедневное участие в различных дискурсах часто носит спонтанный характер и диктуется потребностями: человек как субъект и объект дискурса, как, выражаясь терминами экономики, производитель и потребитель, привык не замечать многообразия коммуникаций. Более того, информационная «открытость текста по отношению к другим» текстам [25, 63], и в то же время насыщенность становится или уже является нормой. Современный человек переключает свое внимание между различными дискурсами и не подозревает о том, что участвует в качестве производителя или ретранслятора в сложных междискурсивных и межсемiotических процессах.

В современных исследованиях по лингвистике текста наметилось две тенденции. Во-первых, множество текстов воспринимается как нечто расчлененное, дробное, но вступающее во взаимодействие. Во-вторых, совокупность текстов воспринимается как нечто целое.

В первом случае есть два возможных пути исследования, которые зависят от методологической установки. Если тексты рассматриваются с учетом временного фактора (момента их производства, который, как известно, фиксирован и неизменен), мы сталкиваемся с таким явлением, как прецедентность. Смысл этого явления состоит в том, что некоторые тексты становятся по отношению к другим текстам так называемыми прецедентами [1, 32], прецедентными текстами [10, 107], носителями фоновых (т.е. прецедентных) знаний [26, 8]. Для прецедентное™ (предшествования) важно видеть, какой текст предшествовал появлению другого текста. Это укладывается в идею системности: т.н. новое качество - это то, что меняет состояние системы и коррелирует с предшествующим, старым.

Если прецедентность как категория имеет материальную «опору» - прецедентный феномен (прецедентный текст), то интертекстуальность, похоже, лишена такой возможности. Так, если обратиться к «Стилистическому энциклопедическому словарю русского языка» под редакцией М.Н. Кожинной, в нем найдем статью «интертекстуальность», но не найдем статьи «интертекст». Из текста же статьи «интертекстуальность» следует, что морфема «интер-» имеет ограничение на употребление в сочетании с морфемой «текст» в составе термина «интертекст»: в самой статье фигурируют такие словосочетания, как «интертекстуальные (далее И.) концепции», «И. пространство», «И. компетенция», «И. референции» (здесь имеются в виду отсылки), «И. смыслы», «И. маркеры». Сам термин «интертекст» появля

ется всего раз, да и то в тавтологическом контексте: «интертекстуальность (...) предполагает рассмотрение всякого текста как интертекста» [10, 105].

Заметим, что в статье Ю. Кристевой «Бахтин, слово, диалог и роман», которая считается основополагающей для теории интертекстуальности, термин «интертекст» также не употребляется [11]. Это говорит, если не об отсутствии отдельной материальной формы воплощения этого явления (в этой связи сравните определение Н. А. Кузьминой, которая в своей монографии дефинирует интертекст как «объективно существующую информационную реальность...» [12, 20]), то, по крайней мере, о некоторой настороженности исследователей в связи с его использованием.

Во-втором случае целостность мыслится как потенциальная или актуальная в зависимости от наличия/отсутствия авторского/читательского замысла. Ниже будет рассмотрен каждый из заявленных подходов на примере близких терминопонятий «сверхтекст», «гипертекст» и «макротекст».

Начнём с описания исследуемой нами коммуникативной ситуации, которую мы условно определяем как макротекст.

Объектом изучения является ряд газетных статей, освещающих определённую кризисную ситуацию и опубликованных в ряде последовательных номеров одного периодического издания. В частности, нами изучены 74 публикации 20 последовательных номеров ежедневной американской газеты “New York Times” [28] о кризисной ситуации, сложившейся в США в апреле - начале мая 2013 года в результате террористических актов в Бостоне. Напомним, что 15 апреля 2013 года в зрительской зоне на финише Бостонского марафона произошло два взрыва. В результате погибло 3 и пострадало 280 человек.

Теракты в Бостоне являются основными событийными узлами, от которых по горизонтали (в публикациях одного газетного номера) и вертикали (в публикациях ряда последовательных номеров) расходятся различные тематические линии. В первых публикациях на эту тему сообщают о самих трагических событиях и их жертвах. По мере течения реального времени появляется дополнительная информация: в частности, сообщают о подозреваемых, о возможных мотивах совершения преступлений, о последствиях терактов. Тематическое единство газетных публикаций представляет собой мозаику, каждая составляющая которой способствует приращению смысла и дополняет общую картину.

Тексты, относящиеся к этой референтной ситуации, написаны разными авторами. Это и журналисты газеты, и активные читатели, публикующиеся в рубрике «мнения». Позиция авторов: как журналистов, так и читателей оказывается совместимой с позицией редакции газеты, о чём свидетельствует сам факт опубликования материалов. Это позволяет условно говорить о единстве позиции авторов публикаций, что дает возможность, в свою очередь, сделать допущение о единстве замысла, а значит - рассматривать такую последовательность публикаций как нечто цельное, как большой текст.

Поскольку ответ на вопрос «что такое текст?» дает читатель, единственным «собирателем воедино» такого большого текстового образа

ния является именно читатель. Читатели исследуемых газетных публикаций - преимущественно американцы. Мотивация для чтения подборки материалов о кризисной ситуации - очень сильна: это желание уберечь себя и своих близких от опасности. Обладая подобной мотивацией, читатель кризисного макротекста беспокоится о своей жизни и здоровье. Для него программа чтения такого текста, описывающего крайне негативные явления, может быть охарактеризована следующим образом: остаться в живых. Читением он всякий раз проверяет, коснется ли его кризисная ситуация, не станет ли (не стал ли уже, сам того не зная!) он и его близкие ее «действующим лицом». При этом мы понимаем, что в современном мире человек имеет возможность получать информацию из множества других источников в кратчайшие сроки (радио, телевидение, интернет, мобильная связь), не ожидая выхода газеты. Тем не менее, подход к определенной тематической последовательности текстов как к сложному коммуникативному целому представляет интерес как частный случай в исследованиях сложных коммуникативных процессов, в основе которых лежит не один текст, а их последовательность, что нуждается в дальнейшем осмыслении.

Обоснуем выбор терминопонятия «макротекст» для исследуемой нами коммуникативной целостности. В сегодняшней коммуникативной лингвистике термин «макротекст» употребляется в следующих смыслах.

1. Макротекст это целое речевое произведение, целый/целостный текст [15; 5; 7]. Ему противопоставляется микротекст, сверхфразовое единство (СФЕ), сложное синтаксическое целое (ССЦ) [16].

2. Макротекст это результат сложения некоторого множества текстов (дискурсных практик [19]), смысл каждого из которых является важным элементом для образования макротекстового смысла [20; 24]. Существование макротекста в таком понимании связано с особенностями коммуникации: каждый отдельный текст не успевает реализовать возложенную на него задачу, а потому авторский замысел реализуется на протяжении множества коммуникаций, образующих единство (систему).

В первом случае мы имеем дело с одним текстом (большим текстом), состоящим из элементов (малых текстов). Во втором - с множеством целых текстов, совокупно составляющих большой текст.

Другим коренным отличием этих двух подходов является то, как они реализуются в коммуникации. В первом случае под макротекстом понимается собственно текст, являющийся результатом единого авторского замысла. Во втором случае макротекст - это что-то, что требует не только единства (пусть даже условного) авторской позиции: восприятие группы текстов в качестве целостной коммуникативной системы требует признания этого факта со стороны читателя. Макротекст, понимаемый таким образом, оказывается плодом сотрудничества автора с читателем в еще большей степени, чем это происходит в условиях стандартной модели коммуникации с одним текстом.

3. Макротекст - то же, что сверхтекст (см. далее) - «текст-идея», характеризуемый вневременной общечеловеческой смысловой ценностью [13, 57; 22, 55].

4. Макротекст - то же, что авторский сверхтекст, т.к. читать книги одного автора можно как единый текст, как макротекст [2; 9].

5. Макротекст - то же, что интертекстуальность - «диалог между текстами» [8, 14].

Определение макротекста в стилистическом словаре М. Н. Кожинной является наиболее обобщающим, охватывая каждое из приведенных значений термина: макротекст - «совокупность высказываний или текстов, объединенных содержательно или ситуативно, а также связанных на основе структурно-композиционного и культурного единства» [10, 216].

В виду того, что термин «макротекст» еще не получил окончательной трактовки, мы используем его в данном исследовании в смысле, соответствующем определению, представленному в пункте (2). Таким образом, под «макротекстом» мы понимаем совокупность газетных публикаций, освещающих одну тему, опубликованных в ряде последовательных номеров одного газетного издания, характеризующихся совместимостью авторской и читательской установок, и образующих коммуникативное единство.

Макротекст / сверхтекст

Происхождение термина «сверхтекст» связывают с именем В.Н. Топорова и его исследованиями, получившим название «Петербургский текст» [23]. Заметим, что использование термина «сверхтекст» для исследуемой нами совокупности текстов вызывает некоторые трудности: из размышлений В.Н. Топорова вытекает, что сверхтекст - явление скорее концептуальное, связанное с концептосферой текстов о Петербурге. Сам же топорковский текст является метасверхтекстом, т.е. текстом, комментирующим сверхтекст, который еще нужно определенным образом «вычитать» (то, что у Р. Барта называется «профилированным прочтением» [3, 367]) из заранее предустановленной совокупности текстов - субстратов Петербургского сверхтекста. Таким образом, нельзя прочитать две-три страницы сверхтекста, найти в нем опечатки. В этом смысле, сверхтекст, как и интертекст, ускользает от материальной формы своего воплощения.

Если бы не установка Топорова на поиск сверхтекста, благодаря которой множество текстов о Петербурге пришло во взаимодействие друг с другом, «соприкасаясь» определенными тематическими фрагментами, то Петербургский сверхтекст не состоялся бы. Таким образом, сверхтекст - результат углубленной интерпретирующей деятельности читателя (т.е., речь идет об особом «подготовленном» читателе).

Кроме того, учтём, что техника вычитывания «сверхсмысла» в сверхтексте и определение смысловых границ макротекста (исследуемого нами макроявления) различны: читатель публицистического макротекста не имеет всей подшивки статей по интересующей его теме сразу, а-приори. Он исполняет свою роль (читатель сверхтекста) постепенно: читая предыдущий текст, он не знает, будет ли следующий. Дочитав и не найдя удовлетворения своему интересу, читатель возьмет в руки следующий номер издания, частично совершенный коммуникативный акт имеет тенденцию побуждать к продолжению диалога. Так будет продолжаться пока он не «договорится» с авторами публикаций на интересующую тему. Как только это произойдет,

коммуникативный процесс, в котором участвует такой «большой» текст будет завершен.

Напротив, читатель, «работающий» со сверхтекстами, читает их как бы «задним числом», ретроспективно. То есть, он читает тексты обычным порядком, но сверхтекст выявляет (т.е. начинает видеть некое константное смысловое образование в творчестве одного автора, или же в подборке газетных статей на одну тему) только оглядываясь на прочитанное, на некое множество уже имеющихся текстов, подобно тому, как это делает Топоров с петербургским сверхтекстом.

Резюмируем, почему мы не используем готовый термин «сверхтекст». Есть несколько причин, по которым явление, изучаемое Топоровым и определяемое им же как «сверхтекст» [23, 23], не может отождествляться с дискурсным явлением, составляющим объект нашего исследования, а именно: совокупностью газетных публикаций, развивающих одну тему и характеризующихся условным единством авторских и читательских позиций.

Во-первых, Топоров исследует художественные тексты, а значит дискурсы, в которых главной является **коммуникативно-эстетическая функция**. В тексте Топорова недвусмысленно указывается на «художественное постижение ... объекта» [там же, 9], осуществляемое в Петербургском сверхтексте. И только путем такого постижения и может выступить описываемая им данность как «некое целостное единство» [там же, 9]. Напротив, избранное нами для анализа дискурсное явление реализуется в ситуации, где главной является коммуникативно-информационная функция.

Во-вторых, Топоров говорит о конкретных текстах, «которые выступают как субстратные» по отношению к сверхтексту [там же, 28], а значит - образуют вертикаль, парадигму. Таким образом, целостность сверхтекста (категория целостности характеризует сверхтекст, также как и текст) понимается как «парадигматический феномен», позволяющий распознать в ряде текстов «редуцированные семантические компоненты, восходящие к некоторому инварианту» [14, 13]. Прочитаем Топорова:

Для того, чтобы «прочувствовать ту духовную ситуацию, которая лежит в основе ... узрений иного, “небесного”, запредельного Петербурга, того “сверх-Петербурга”, в котором все случайные черты стертые» нужно «редуцировать ... “петербургскую” литературу в ее эмпирической конкретности и очевидной данности до ... Петербургского текста в его сверх-эмпиризме» [23, 52,63].

Перед нами же стоит задача доказать, что многие тексты при определенных условиях могут формировать целостное, если не текстовое, то, по крайней мере, коммуникативное явление. При этом тексты вступают друг с другом в горизонтальные отношения, в сознании читателя текстовые смыслы добавляются друг к другу, накапливаются от коммуникации к коммуникации, заставляя его «дочитать» ситуацию до конца. Такое накопительное чтение осуществляется по той причине, что первые публикации не в состоянии целиком осветить событие. Описание ситуации растягивается на множество публикаций, выстраивающихся в тематическую последовательность. Нам представляется, что исследуемые нами тексты реализуются

в коммуникации преимущественно последовательно, горизонтально (по типу пазла), в свою очередь, подчиняясь особенностям канала, который открывается для коммуникации строго в определенных временных рамках (т.е. в ежедневном периодическом издании). Мы исходим из того, что исследовательские схемы описывают каждый раз новую ситуацию реальной коммуникации, моделирование осуществляется исходя из реально происходящих событий и условий их концептуализации.

Кроме того, подвести газетные тексты о кризисной ситуации под некоторую схему, тем самым, «приучить» читателя к чтению жанра «кризисные ситуации» представляется проблематичным, поскольку речь идет о преимущественно новом, неизвестном, а значит не формализованном явлении (по своей предсказуемости кризисы бывают «известные неизвестные и неизвестные неизвестные» [17, 490]. Сама идея кодификации периодическими изданиями кризисных ситуаций в виде отдельной газетной рубрики представляется затруднительной: кризисные ситуации крайне эмоциогенны - это то, с чем никто не хочет сталкиваться, это нечто из ряда вон выходящее, несущее большие неприятности участникам и массу негативных эмоций читателям.

В-третьих, сверттекст характеризуется как «кросс-темпоральное» [14,7] явление: сверттекст «внутри себя времени не различает» [23, 117]. Такой трансвременной взгляд на множество текстов возможен в случае художественной коммуникации, которая оперирует концептуальными пространствами, обладающими собственным хронотопом, отличным от координат реального пространства - времени. Напротив, для газетной коммуникации временной фактор является определяющим: в газетном тексте действительное описывается как действительное, жанровые особенности газетного текста состоят в том, что читатель должен иметь возможность легко соотнести внутритекстовый хронотоп с собственными пространством и временем. А значит, определять хронотоп героев газетных публикаций, легко, быстро и эффективно соотносить его с собственным нахождением во времени и пространстве.

Макротекст / гипертекст

«Гипертекст — текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов» [18]. При этом устройство гипертекста сравнивается с устройством словаря: действительно, подобно гипертекстовым связям, статьи в словаре связаны между собой посредством системы отсылок. «Читать такой текст можно по-разному: от одной статьи к другой, по мере надобности, игнорируя гипертекстовые отсылки; читать статьи подряд, справляясь с отсылками; наконец, пуститься в гипертекстовое плавание, то есть от одной отсылки переходить к другой» [18]. Тем, самым подчеркивается, что гипертекст-только лишь форма подачи (и вытекающий из нее способ чтения), а значит - лишь особый взгляд на тексты.

Гипертекст - это один из модусов функционирования текстов, который нужен при определенных условиях. Среди них и электронный способ представления. Как известно, газетные тексты на сегодня также доступны в

електронном форматі. Більше того, видавництвами великих газет, наприклад, Нью-Йорк Таймс, розповсюджуються електронні програми, спеціально розраховані на читання газет в електронному форматі, поряд з паперовим. Гіпертекстова організація означає, що гіпотексти (елементи гіпертекста) пов'язані між собою за допомогою гіпертекстових зв'язків.

Одним із властивостей гіпертекста є його незавершеність і навіть нескінченність [21, 9]. Навпаки, наші дослідження показали, що вивчаємі великі дискурсивні явища мають момент завершення, характеризується формальним знаком: повне або майже повне відсутність публікацій на тему.

Гіпертекстова цілісність (цілісність - одне із властивостей, приписуваних гіпертексту [21, 9]) - це цілісність іншого роду, ніж та, яку спостерігається в цілому тексті, в художньому або документальному. Порівнюючи гіпертекст зі словником, зауважимо, що цілісність словникових статей реалізується для загальноязыкового словника в межах національної культури. Текстова освіта, з якою маємо справу ми, набагато менше, ніж національна культура, і за своїми розмірами ближче до тексту, ніж до культури. Якщо ми виходимо за межі тексту, в ситуації множинності текстів, цілісність кожного такого утворення, якщо тільки авторський задум не підкорив його собі, буде розглядатися як цілісність не внутрішня, а виникла ззовні, в процесі комунікації. Іншими словами, якщо «авторської» цілісності немає, то тоді читачеві нічого не залишається, як побачити в розірваній комунікації щось цілісне (назовемо це читаческою цілісністю або цілісністю від читача).

Слід підкреслити, що, гіпертекст, або гіпертекстова система, - це «така інформаційна система, ... дозволяюча встановлювати електронні зв'язки між л ю б ы м и (розрядка наша - Л.Т.) одиницями» [27]. Навпаки, дискурсивна освіта, яку ми досліджуємо, є цілісною, її змістовно-комунікативні елементи підкорені виконанню інформаційної функції. Це означає, що формальні зв'язки не можуть мати довільний характер.

В цій статті ми спробували обґрунтувати вибір терміна «макротекст» застосовуючи до досліджуваного комунікативного утворення, що складається з ряду газетних публікацій, що освітлюють одну тему і опублікованих в ряду послідовних номерів одного періодичного видання. Це множество текстів описує кризову ситуацію і характеризується єдиною позицією редакції, що дозволяє нам умовно говорити про єдиність авторської точки зору і, відповідно, про можливість цілісного прочитання макротекста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баженова Е.А. Прецедентні одиниці в науковому тексті // Вестник Пермського університету. - Вип. 3 (9). - 2010. - С.32-36.
2. Баканова М.А. В. В. Набоков дослідник російської літератури: прийоми організації макротекста / М. А. Баканова: Дисс... канд. філол. наук: 10.01.01. - Іваново, 2004. - 167с.
3. Барт Р. Критика і істина// Обрані роботи: Семиотика: Поетика: Пер. з фр. / Сост.,

- общ. ред. и вступ, ст. Г. К. Косикова. - М.: Прогресс, 1989 - С.319-354.
4. Бахтин М.М. Из записей 1970 — 1971 годов // Эстетика словесного творчества / Сост. С. Г. Бочаров; Текст подгот. Г. С. Бернштейн и Л. В. Дерюгина; Примеч. С. С. Аверинцева и С. Г. Бочарова. - М.: Искусство, 1979. - С.336-360.
 5. Бернацкая А.А. О понятии «текст» //Журнал Сибирского федерального университета. Серия «Гуманитарные науки». - Т.2. - 2009. - С.30-37 Режим доступа: <http://journal.sfu-kras.ru/article/1580/194>
 6. Богуславская В.В. Моделирование текста: лингвосоциокультурная концепция. Анализ журналистских текстов. Изд. 2-е. - М.:Издательство ЛКИ, 2008. - 280 с.
 7. Волкова Ю.Ю. Особенности макротекстовой организации интервью (на материале актуальных немецких медийных текстов) / Ю.Ю. Волкова: Автореферат, дис. ... к.филол.н. 10.02.04. - Воронеж, 2010. - 24 с.
 8. Дускаева Л.Р. Диалогическая природа газетных речевых жанров / Л.Р. Дускаева: Авторефератдисс. ... докт. филол. наук: 10.01.10. - Санкт-Петербург, 2004. -42 с.
 9. Ефремов В.А. Ассоциативные аспекты ритма лирической прозы (на материале цикла И. А. Бунина «Темные аллеи») / Научный диалог. Филология. №8. - Екатеринбург: Центр научных и образовательных проектов, 2012. - С.88-104.
 10. Кожина М.Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожиной; члены редколлегии: Е.А. Баженова, М.П. Котюрова, А.П. Сковородников. - 2-е изд., испр. и доп. - М. Флинта: Наука, 2006. - 696 с.
 11. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / Пер. с франц., сост., вступ, ст. Г.К. Косикова. - М.: ИГ Прогресс, 2000. - С. 427-457.
 12. Кузьмина Н.А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка: Монография. - Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та. - Омск: Омский гос. ун-т, 1999. - 268 с.
 13. Лильо Т.Я. Комунікація. Ідентичність. Глобалізація. Монографія. -Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2004. -134 с.
 14. Лошаков А.Г. Сверхтекст: семантика, прагматика, типология /А.Г. Лошаков: Авторефератдисс. ...докт. филол. наук: 10.02.01.-Киров, 2008.-50 с.
 15. Мецлер А. А. Понятие текстового блока / А. А. Мецлер // Филологические науки. - 1984. - № 6.-С. 48-53.
 16. Папуша И.С. Сложное синтаксическое целое: структура, семантика, функционирование / И.С. Папуша: Авторефератдисс. ... докт. филол. наук: 10.02.01. - Москва, 2011. -45 с.
 17. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации - М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер» - 2001. - 656 с.
 18. Руднев В. П. Словарь культуры XX века. - М.: Аграф, 1997. Режим доступа: <http://philosophy.ru/edu/ref/rudnev/index.htm>
 19. Савич Е.В. Макротекст в его линейной развернутости: дискурс-анализ кампании лоббирования // Respectus Philologicus. - № 6 (11). -2004. Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/23698>
 20. Семенюк О.А. Язык эпохи и его отражение в сатирико-юмористическом тексте. - Кировоград: РИЦ КГПУ, 2001,- 366 с.
 21. Сергиенко П.И. Лингвокогнитивные особенности электронного гипертекста / П.И. Сергиенко: Авторефератдисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. - Москва, 2009. -22с.
 22. Титаренко М. Макротекст: модифікації риторичного канону / Вісник Львівського ун-ту. Серія “журналістика”. - Вип.32. - 2009. - С.53-63.
 23. Топоров В.Н. Петербургский текст русской литературы: Избранные труды. - Санкт-Петербург: «Искусство-СПБ», 2003. -616 с.
 24. Филимонов А.Е. О некоторых лексических и грамматических особенностях текстов политической рекламы, рассматриваемых как макротекст (на материале текстов предвыборной кампании партии Лейбористов Великобритании 2001 года). Режим доступа: lomonosov-msu.ru/archive/Lomonosov_2007/10/Filimonov.pdf.
 25. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. - М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. - 248 с.

26. Шабес В.Я. Событие и текст. - М.: Высшая школа, 1989. - 175 с.
27. Эпштейн В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. Режим доступа: <http://www.lingvolab.chat.ru/library/hypertext.html>.
28. New York Times № 56108 -56128

Стаття надійшла до редакції 9.10.2013 р.