

ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВЕБ-САЙТА В КАЧЕСТВЕ ПОЛИСЕМИОТИЧЕСКОГО ГИПЕРТЕКСТА

A LINGUISTIC STUDY OF THE WEBSITE AS A POLYSEMIOTIC HYPERTEXT

S. Stroykov
I. Nikitina

Summary: The paper provides a comprehensive linguistic study of the website as a polysemiotic hypertext. The main goal of the study is to provide a comprehensive characteristic of the website, which is considered to be a polysemiotic hypertext, from a linguistic point of view. Materials and methods. The main research method in this paper is an analytical and descriptive one, which allowed us to review linguistic references devoted to the study of the website as hypertext, we have also used observation and generalization as auxiliary research methods. Results. Our study has shown that more and more linguistic papers choose a website as a subject of their research, considering it as an electronic hypertext. Scientists study the structure of specific websites, hyperlinks between information units, as well as linguostylistic features of the text component of information units. We have concluded that the website is a polygenre polysemiotic hypertext with an external (hypercarcass) and internal structure (web pages with information units and hyperlinks), integrating components of various semiotic systems (paragraphemic elements): verbal, non-verbal, audio element and animation, which allows a web-site to affect the addressee depending on its purpose.

Keywords: website, hypertext, electronic hypertext, polysemiotic hypertext, complex genre, structural organization.

Стройков Сергей Александрович

К.филол.н., доцент, Самарский государственный
социально-педагогический университет
stroykov@ya.ru

Никитина Ирина Николаевна

К.филол.н., доцент, Самарский государственный
экономический университет
i.n.nikitina@gmail.com

Аннотация: В статье проводится лингвистическое исследование веб-сайта в качестве полисемиотического гипертекста. Цель исследования – дать комплексную характеристику веб-сайту, который рассматривается в качестве полисемиотического гипертекста, с лингвистической точки зрения. Материалы и методы. В нашей работе основным методом исследования является аналитико-описательный, который позволил нам провести обзор лингвистической литературы, посвященной проблемам изучения веб-сайта как гипертекста, в качестве вспомогательных методов исследования мы использовали наблюдение и обобщение. Результаты. Поведенное нами исследование показало, что все больше лингвистических работ выбирают в качестве объекта исследования веб-сайт, который рассматривают в качестве электронного гипертекста, изучают структуру конкретных веб-сайтов, средства связи между информационными единицами, а также лингвистические особенности текстового компонента информационных единиц. Мы пришли к выводу, что веб-сайт представляет собой полижанровый полисемиотический гипертекст, обладающий внешней (гиперкаркас) и внутренней структурой (веб-страницы с информационными единицами и гиперссылками), интегрирующий компоненты различных семиотических систем (элементы параграфемии): вербальных, авербальных, аудиальных, анимационных, которые позволяют воздействовать на адресата в зависимости от цели.

Ключевые слова: веб-сайт, гипертекст, электронный гипертекст, полисемиотический гипертекст, комплексный жанр, структурная организация.

Введение

Лингвистические исследования веб-сайта в качестве электронного гипертекста появились сравнительно недавно, ученые предпринимали попытки осмыслить новый формат существования текста, который в интернет-среде приобрел совершенно иные характеристики (веб-сайт изучался в качестве комплексного жанра компьютерно-опосредованной коммуникации, исследовались его структурные особенности и стратегии построения, коммуникативно-прагматические характеристики и языковые особенности). Совершенствование компьютерно-опосредованной коммуникации способствовало трансформации традиционного текста и его чтения, делая его все более креолизованным и полисемиотическим. Тем не менее, веб-сайт как полисемиотический гипертекст до сих пор не описан всесторонне с лингвистической точки зрения, что делает предложен-

ное нами исследование необходимым и актуальным для лингвистической теории электронного гипертекста.

Целью исследования является комплексная характеристика веб-сайта, который рассматривается в качестве полисемиотического гипертекста, с лингвистической точки зрения.

Материалы и методы

Основными материалами нашего исследования послужили лингвистические работы А.В. Денисова, Е.Ю. Дьяковой, Е.А. Захарчук и Е.В. Дмитриевой, А.О. Колыхаловой, Е.П. Лиховидовой, Н.Д. Машлыкиной, О.Н. Морозовой, Е.Б. Павловой, Е.Г. Проскурина, К.Г. Рыжова, И.Г. Сидоровой (Фомичевой), В.Н. Суриной и В.А. Камневой, Л.Ю. Щипициной и О.А. Ермошко. В нашей статье основным методом исследования является аналитико-

описательный, который позволил нам провести обзор лингвистической литературы, посвященной проблемам изучения веб-сайта. В качестве вспомогательных методов исследования мы использовали наблюдение и обобщение.

Результаты и обсуждение

В изученной нами литературе оказалось не так много подходов к определению понятия «веб-сайт» с лингвистической точки зрения. Например, А.В. Денисов вслед за Л.А. Капаназде дефинирует веб-сайт как «комплексный электронный жанр, представляющий совокупность различных текстов, тяготеющих к письменным реализациям, и гибридных, объединенных между собой гиперссылками, которые, в свою очередь, обеспечивают мгновенную связь между ассоциативно зависящими друг от друга различными документами (текстами, их группами или частями)» [1, с. 186]. Гипертекстовая организация, по мнению, Л.Ю. Щипициной и О.А. Ермошко, «является основным способом существования веб-сайта» [17, с. 155]. Эти исследователи вслед за И.Н. Розиной полагают, что веб-сайт «представляет собой совокупность иерархически организованных веб-страниц, объединенных общим содержанием и соединенных гиперссылками» [17, с. 155], а веб-страницу они считают элементом веб-сайта, при этом предлагают «различать следующие типы веб-страниц: 1) главная страница, 2) промежуточные страницы, 3) конечные страницы» [17, с. 155].

Впервые веб-сайт в качестве полисемиотического гипертекста был рассмотрен Е.Г. Проскуриным. Этот исследователь отмечает, что «вербальные компоненты – не единственные носители значения: в процессе смыслопорождения участвуют все структурообразующие элементы сайта» [10, с. 66]. Е.Г. Проскурин полагает, что веб-сайт «позволяет интегрировать компоненты разных семиотических систем: вербальных, авербальных, аудиальных, анимационных, которые определяют характер его воздействия на адресата, получающего информацию не только из сообщения, т.е. посредством вербальных компонентов, но и в результате соположения разнородных репрезентантов различных знаковых систем» [10, с. 66]. В качестве электронного гипертекста рассматривает веб-сайт Е.Ю. Дьякова, она считает, что «понятие «электронный гипертекст» обладает большой объяснительной силой при исследовании веб-сайта как особого типа компьютерно-опосредованной коммуникации» [2, с. 60].

Достаточно большое количество среди проанализированных нами лингвистических работ посвящено изучению структуры веб-сайта, или особенностям организации электронного гипертекста.

Рассматривая новостной веб-сайт с точки зрения его структурных особенностей и сравнивая его с привычными средствами массовой информации, Е.А. Захарчук

и Е.В. Дмитриева выделили ряд отличий на примере веб-сайта газеты Гардиан: 1) постоянная обновляемость информации, 2) связь информационных блоков с помощью гиперссылок, 3) мультимедийность, 4) цветовая вариативность компонентов текста, 5) интерактивность, позволяющая обеспечить оперативную обратную связь, 6) бесконечность формата [4, с. 34–41].

Обязательным структурным элементом веб-сайта В.Н. Сурина и В.А. Каменева считают гиперкаркас, который «представляет собой информационный и навигационный ресурс, состоящий из верхней, боковой и нижней панелей, несущих информацию, подаваемую при помощи вербального, визуально-изобразительного, цифрового и цветового кодов, предоставляющий реципиенту возможность определять путь прочтения / просмотра / прослушивания информации гипертекста сайта» [16, с. 136].

Л.Ю. Щипицина и О.А. Ермошко также говорят об общем структурном элементе веб-страниц, под которым они понимают внешнюю структурную рамку, или основное меню, которое остается неизменным при переходе с одной страницы веб-сайта на другую. Эти исследователи также полагают, что «веб-страницы различаются объемом гиперссылок (навигационная часть) и линейного текста. В наибольшей степени навигационная часть присутствует на стартовой странице, в наименьшей – на конечной» [17, с. 156].

Структура конкретных веб-сайтов в той или иной степени исследовалась и описывалась в работах Е.Ю. Дьяковой, Н.Д. Машлыкиной, Е.П. Лиховидовой, А.О. Колыхаловой, О.Н. Морозовой, Е.Б. Павловой, К.Г. Рыжова, И.Г. Сидоровой.

Е.Ю. Дьякова выявила общие черты в структурной организации главной страницы веб-сайтов британских университетов и выделила несколько композиционных блоков, присутствующих в структуре большинства рассматриваемых веб-сайтов: 1) заголовочный (титульный) комплекс, 2) основной визуальный объект, 3) навигационное меню, 4) новостной блок, 5) блок объявлений, 6) важные ссылки, представленные иконическими изображениями, 7) «подвал» страницы [3, с. 69–71].

Н.Д. Машлыкина, которая также исследовала веб-сайты британских университетов, заключила, что «композиционная организация информационных единиц электронного гипертекста университетов обусловлена особенностями презентационной формы университетского сайта и, по сути, характерна для любого учебного заведения, представленного в Интернете: информационные блоки об университете, о правилах поступления, о структуре, об исследовательской деятельности, о мероприятиях и конференциях, новостные блоки, навигационное меню» [7, с. 128].

Е.П. Лиховидова исследовала веб-сайты отелей и пришла к выводу, что типичный сайт отеля состоит из 6–35 веб-страниц, связанных посредством гиперссылок. «Сайт отеля – это и текст, и большое количество графических объектов информационного характера: меню, графических заголовков, логотипа отеля, символов» [6, с. 7]. Этот исследователь также полагает, что «структурно-композиционная организация англоязычных сайтов отелей предполагает наличие обязательных компонентов: 1) основной заголовок; 2) логотип; 3) корпус текста; 4) прескриптор. Каждый компонент выполняет свои функции, способствующие актуализации коммуникативно-прагматической установки всего текста сайта» [6, с. 9].

Структура веб-сайта Vision Travel канадской туристической компании, которая предоставляет клиентам возможность спланировать и организовать свое путешествие, исследовалась А.О. Колыхаловой, она включает в себя следующие элементы: 1) основное навигационное меню, 2) блоки гиперссылок на страницы услуг компании, 3) блок новостей и форма обратной связи, 4) дополнительное навигационное меню [5, с. 64–66].

О.Н. Морозова исследовала персональные веб-страницы действующих членов Парламента Великобритании и пришла к выводу об уже «выработанной определенной стандартизации в наборе типовых информационных блоков и разделов в этом жанре политической интернет-коммуникации» [8, с. 14].

Объектом исследования Е.Б. Павловой послужило гипертекстовое пространство англоязычных сайтов британских предприятий общественного питания. Этот исследователь выделила три взаимосвязанные части в гипертекстовом пространстве веб-сайта: 1) презентационную; 2) описательно-информативную; 3) информативно-интерактивную. Е.Б. Павлова отмечает, что «презентационная часть включает следующие структурные элементы: логотип; название; навигационная панель в верхней части страницы; превью и/или слайд-шоу интерьера; 3D-панорама; виртуальные экскурсии; презентационный текст. Основными структурными элементами описательно-информативной части являются корпус текста и опция бронирования. Информативно-интерактивная часть содержит: фидбэк; контакты; дополнительные опции в нижней фиксированной части страницы» [9, с. 12–13].

К.Г. Рыжов изучал издательские сайты и пришел к выводу, что «главная страница издательского интернет-сайта является отправной точкой для начала работы с сайтом и имеет как обязательные элементы, так и факультативные» [11, с. 7]. К обязательным этот исследователь отнес название издательства и меню рубрик сайта. К факультативным элементам – логотип издательства и его слоган, внешние ссылки, окно поиска информации по сайту и т.п. Рубрики К.Г. Рыжов поделил на высокочастотные и низкочастотные [11, с. 7–8].

И.Г. Сидорова (Фомичева) исследовала персональные веб-сайты публичных личностей и описала типичную структуру веб-страниц пользователей социальных сетей «Одноклассники», «ВКонтакте», Facebook и MySpace [12].

Наши исследования показали, что основными структурными компонентами веб-сайта являются веб-страницы с информационными единицами и гиперссылки, которыми могут быть абсолютно любые элементы веб-страницы, в том числе и элементы параграфематики. Гиперссылка в качестве структурного элемента веб-сайта подробно исследована нами в статье «Комплексное лингвистическое исследование гипертекстовой ссылки электронного гипертекста» [15], мы также подробно исследовали информационную единицу в качестве предельной минимально значимой единицы структуры электронного гипертекста [14], а также изучили элементы параграфематики [13]. Проведенный нами анализ позволил получить следующие выводы: структура веб-сайта представляет собой логику его построения, она подразделяется на внешнюю (композиция веб-страницы, организация информационных единиц на экране, графический макет) и внутреннюю (организация веб-страниц внутри веб-сайта: принадлежность к категориям или разделам, иерархия, схема переходов). Внешняя структура веб-сайта представляет собой его гиперкаркас и в основном включает в себя следующие элементы: 1) шапка (верхняя часть веб-сайта, может содержать логотип, заголовок, контакты), 2) боковое меню (может размещаться как слева, так и справа, включает в себя элементы навигации и вспомогательную информацию), 3) центральный блок (основная информация веб-страницы), 4) подвал (нижняя часть веб-сайта, которая может содержать контакты, навигацию, правовую и дополнительную информацию, а также, например, кнопки социальных сетей). Внутренняя структура веб-сайта, по сути, представляет собой его карту и может быть: 1) линейной, 2) линейной с альтернативными вариантами, 3) линейной с ответвлениями, 4) решетчатой, 5) древовидной и 6) смешанной. Однако это всего лишь общая классификация, поскольку структура многих веб-сайтов может представлять собой комбинацию этих основных видов.

Лингвистическое исследование веб-сайта в качестве полисемиотического гипертекста требует также применения дополнительных инструментов – специальных онлайн-сервисов или программ. Так, А.О. Колыхалова предлагает следующие продукты: 1) программа MAXQDA, 2) сервис Link Extractor, 3) Онлайн-сервис «Majento» [5, с. 64]. Программа MAXQDA (<https://www.maxqda.com>) предназначена для компьютерного анализа качественных и смешанных методов анализа данных, текста и мультимедиа. Сервис Link Extractor (http://pr-cy.ru/link_extractor) является инструментом анализа внешних и внутренних ссылок веб-сайта. «Majento» (<https://majento.ru>) – онлайн система проверки позиций в поис-

ковых системах, а также набор из более 60 инструментов для SEO-оптимизации веб-сайта. Эти программные продукты позволяют совершенствовать веб-сайты для различных целей.

Таким образом, наше исследование показало, что все больше лингвистических работ выбирают в качестве объекта исследования веб-сайт, который рассматривают в качестве электронного гипертекста, изучают структуру конкретных веб-сайтов, средства связи между информационными единицами, а также лингвостилистические особенности текстового компонента информационных единиц.

Заключение

Проведенное нами исследование позволяет заключить, что веб-сайт представляет собой полижанровый полисемиотический гипертекст, обладающий внешней (гиперкаркас) и внутренней структурой (веб-страницы с информационными единицами и гиперссылками), интегрирующий компоненты различных семиотических систем (элементы параграфемии): вербальных, авербальных, аудиальных, анимационных, которые позволяют воздействовать на адресата в зависимости от цели. Веб-сайт как полисемиотический гипертекст все чаще становится объектом лингвистического исследования, в ходе которого применяются, в том числе, и различные программные продукты и онлайн-сервисы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Денисов А.В. Веб-сайт как жанр Интернет-коммуникаций (на материале региональных телекомпаний) // Лингвистический ежегодник Сибири. Красноярск: Красноярский ГУБ, 2004. С. 184-193.
2. Дьякова Е.Ю. Веб-сайт – цифровой жанр, формат коммуникации или гипертекст? // Гипертекст как объект лингвистического исследования: Материалы III международной научно-практической конференции. Самара: ПГСГА, 2013. С. 50-61.
3. Дьякова Е.Ю. Особенности гипертекстовой организации веб-сайта британского университета // Гипертекст как объект лингвистического исследования: Материалы II международной научно-практической конференции. Самара: ПГСГА, 2011. С. 64-72.
4. Захарчук Е.А., Дмитриева Е.В. Формальные особенности гипертекста новостного веб-сайта (на примере электронной версии издания The Guardian) // Теория языка и межкультурная коммуникация. Курск: Курский государственный университет, 2017. № 2 (25). С. 34-41.
5. Колыхалова А.О. Гипертекст и особенности его анализа (на материале сайта Vision Travel) // Сборник материалов Международной молодежной научной конференции: «Студенческие научные общества – экономике регионов». III часть. Оренбург: Издательско-полиграфический комплекс ОГУ, 2018. С. 62-67.
6. Лиховидова Е.П. Авторские стратегии построения гипертекстового пространства англоязычных Интернет-сайтов отелей: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2011. 21 с.
7. Машлыккина Н.Д. Структурно-прагматические характеристики презентации и репрезентации британского университета (на материале англоязычных гипертекстов университетов) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 11–1 (89). С. 127-131.
8. Морозова О.Н. Политический рекламный дискурс в интернет-пространстве Великобритании (на материале персональных сайтов членов парламента Великобритании): автореф. дис. ... докт. филол. наук. СПб, 2012. 41 с.
9. Павлова Е.Б. Коммуникативно-прагматические средства организации гипертекстового пространства интернет-сайтов предприятий общественного питания (на материале английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2017. 28 с.
10. Проскурин Е.Г. Веб-сайт как полисемиотический гипертекст: к постановке проблемы // Мир науки, культуры, образования. 2010. № 3. С. 64-67.
11. Рыжов К.Г. Структурно-стилистическая организация текстов издательского интернет-сайта: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2016. 25 с.
12. Сидорова И.Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2014. 24 с.
13. Стройков С.А. Анализ элементов параграфемии англоязычного электронного гипертекста // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2016. № 3. С. 187-192.
14. Стройков С.А. Информационная единица как предельная минимально значимая единица структуры электронного гипертекста // Гипертекст как объект лингвистического исследования: Материалы III международной научно-практической конференции, 20 июня 2013. Самара: ПГСГА, 2013. С. 126-133.
15. Стройков С.А. Комплексное лингвистическое исследование гипертекстовой ссылки электронного гипертекста // Вестник Череповецкого государственного университета. 2019. № 4 (91). С. 99-112.
16. Сурина В.Н., Каменева В.А. Гиперкаркас как структурный элемент сайтового гипертекста // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 29 (320). С. 133-136.
17. Щипицина Л.Ю., Ермошко О.А. Особенности структурной организации гипертекста (на примере анализа деловых и публицистических веб-сайтов) // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Самара: ПГСГА, 2010. С. 154-157.

© Стройков Сергей Александрович (stroykov@ya.ru), Никитина Ирина Николаевна (i.n.nikitina@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»