

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРНЫХ ЧАСТЕЙ ОФИЦИАЛЬНОГО ВЕБ-САЙТА УНИВЕРСИТЕТА (на примере главной страницы)

В статье рассматриваются языковые особенности структурных частей главных страниц официальных веб-сайтов учреждений высшего образования. На основе выборки эмпирического материала рассматриваются особенности распределения вербально оформленной информации в отдельном структурном блоке страницы, а также определяются языковые средства, используемые для наполнения контента главных страниц сайтов Багдадского университета и Минского государственного лингвистического университета.

Современная веб-страница университета имеет определенного рода контент, или содержание сайта, включающий в себя различные тексты, изображения (фотографии, картинки), таблицы, ссылки и охватывающий как самую общую и актуальную информацию об университете, распределенную по разделам, так и специфическую, направленную на определенного пользователя (студента, преподавателя, партнеров и др.). Одной из особенностей такого контента является его огромный объем, «вес» и разнообразие способов подачи информации [1, с. 32].

Значительное место отводится вербально определенному контенту, так как язык организует, оформляет и представляет наши знания об окружающем мире. Мы создаем текст, для того, чтобы описать некоторую ситуацию и выразить наше отношение к ней. Если мы обратимся к веб-странице, то увидим комбинацию текстов, взаимодействующих в рамках одной страницы – основной линейный текст и совокупность гиперссылок – высказываний, направляющих посетителя к другим веб-страницам, представляющим дополнительную информацию по теме [2, с. 8–15].

Весь контент распределен по структурным частям веб-сайта, который предоставляет собой целостную, концептуально обоснованную и структурно выстроенную систему, объединяющую в себе взаимосвязанные структурные компоненты, содержание которых подчинено общей идее и выражено в конкретной семантике [3].

Основой веб-сайта является его структура, которая требует определенного расположения контента. Как правило, главная страница веб-сайта состоит из трех блоков: верхний (*header*), который может также включать в себя блок, расположенный сбоку, основная рабочая область (*work area*) и нижний блок (*footer*). Каждый блок несет свою функциональную нагрузку

для информирования пользователя, имеет специфическое оформление и объем, вследствие чего интересным представляется возможность проследить особенности распределения вербально оформленного контента в отдельном структурном блоке информации, а также определить языковые средства, используемые для наполнения контента.

Материалом послужило информационное наполнение главных страниц веб-сайтов вузов, оформленное разноструктурными языками: арабским – сайт Багдадского университета (далее БУ) и русским – сайт Минского государственного лингвистического университета (далее МГЛУ).

Одним из ключевых структурных элементов сайта выступает *навигационное меню*, расположенное в его верхней части, основной целью которого является наиболее полное и доступное предоставление посетителю интересующей его информации через вербально оформленную ссылку, которая представляет собой определенного рода номинцию. Лингвистическое оформление навигационных компонентов меню напрямую зависит от языка, на котором создан сайт (таблица).

Как показал анализ, в качестве названий рубрик навигационного меню веб-сайтов БУ и МГЛУ используются полнозначные лексические единицы и синтаксические номинации. Но необходимо отметить, что определенный способ номинации имеет различную степень распространенности на исследуемых сайтах. В целом, на сайте МГЛУ названия рубрик представлены, как правило, полнозначной лексической единицей (*Главная, Образование, Спорт*), в то время как на сайте БУ отмечается лишь один случай использования лексемы в качестве средства номинации (*الأرشيف* ‘Архив’).

Т а б л и ц а

Использование морфологических и синтаксических единиц
в названии рубрики навигационного меню

Сайт	БУ	МГЛУ
Способы номинации		
Полнозначные лексические единицы	1	12
Синтаксические номинации:	26	6
1) свободные словосочетания	15	4
2) простые именные предложения	11	2

Следует отметить достаточно широкое использование синтаксических номинаций для названий рубрик меню, исследуемых главных страниц. Данный способ широко представлен на сайте БУ, где более половины рубрик навигационного меню представлены свободными словосочетаниями, в частности согласованным определением *الصفحة الرئيسية* 'Главная страница'. Особенностью сайта БУ является широкое использование в навигационном меню идафы, несогласованного определения, что обусловлено морфологическими характеристиками арабского языка, так как это словосочетание, в котором одно имя существительное определяется другим именем в родительном падеже. Последнее уточняет, разъясняет или ограничивает значение первого [4, с. 50], например *متحف الجامعة* 'Музей университета', *مكتبة الجامعة* 'Библиотека университета'.

Отдельные рубрики навигационного меню на арабоязычном сайте являются простыми односоставными предложениями, например: *اتصل بنا* 'Связаться с нами', *عن الموقع الالكتروني للجامعة* 'О веб-сайте университета'.

Синтаксические номинации в качестве названий рубрик навигационного меню на сайте МГЛУ представлены аналогично как свободными словосочетаниями (*Приемная комиссия*), так и простыми именными предложениями (*Студенту, Абитуриенту*), хотя и в меньшей мере.

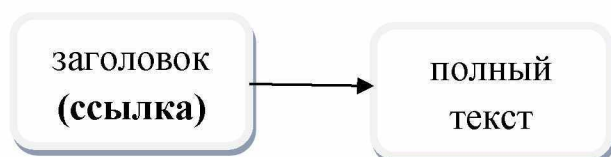
Семантика пунктов навигационного меню эксплицитно отсылает либо к подразбикам древовидного навигационного меню, объединенным общей идеей, либо к самому тексту по тематике. Анализ названий разделов навигационного меню главных страниц, языковые средства эксплицируют макроструктуру всей представленной на сайте информации, которая в целом коррелирует, ср.: *عن الجامعة* 'Об университете' – *الصفحة الرئيسية* 'Главная страница' – *الطلبة والخريجون* 'Студенты и выпускники' – *Студенту, اتصل بنا* 'Связаться с нами' – *Контакты*.

Вместе с тем следует отметить относительное разнообразие количества рубрик, на которые подразделяется навигационное меню исследуемых веб-страниц (27 рубрик представлено на сайте БУ и 18 рубрик – на сайте МГЛУ), отражающих специфику функционирования университета или его структуры. Так, на главной странице БУ можно найти такие рубрики, как: *براءات الاختراع* 'Патенты', *البث المباشر* 'Прямой эфир', а в навигационном меню МГЛУ отмечаются следующие: *Иностранному абитуриенту, Платные услуги* и др.

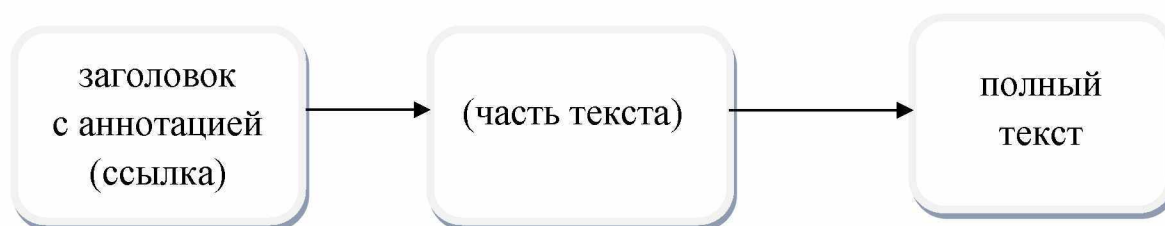
Основной контент на главной странице размещен в основной рабочей области (*work area*), представляющей собой сочетание графики и текстовых сообщений. Так, представляемая на главных страницах двух университетов информация группируется по блокам, поскольку именно большие блоки информации находятся быстрее мелких, которые в свою очередь подвергаются дальнейшей детализации [5, с. 220].

Отдельный квант информации в блоке, как правило, вводится заголовком, который сопровождается невербальным наполнением (фото, картинка, изображения и др.) и в отдельных случаях аннотацией либо частью текста. Полная схема развертывания электронного текста может быть представлена двумя моделями.

Первая модель:



Вторая модель:



Модели схемы развертывания электронного текста

Следует отметить своеобразие подачи информации на двух сайтах. Если на электронной странице МГЛУ мы можем встретить в равной доле заголовки без аннотаций или сопровождаемые аннотациями и даже блок новостей, полностью представленный невербальными средствами, то на сайте БУ отдельный раздел информации представлен заголовком, который сопровождается аннотацией.

Значительное пространство на главных страницах БУ и МГЛУ отводится новостному блоку, при этом на сайте БУ представлены два блока: блок новостей университета, блок разных новостей. Как правило, заголовки новостного сообщения максимально информативны и завершены в семантическом плане, предлагая читателю представление о содержании текста, например на сайте БУ, 'تهنئة الجامعة بعيد الجيش' (Поздравление университета в День армии), 'وفد من وزارة الخارجية في ضيافة جامعة بغداد' (Делегация МИДа в гостях Багдадского университета), а на сайте МГЛУ: *Визит посла Туркмен.....* Для привлечения внимания использованы эксплицитные средства, и по таким заголовкам читателю легко определить не только содержание, но и тему материала.

Выявлено, что эксплицитные заголовки могут выполнять номинативную, информативную и рекламную функции, однако на первое место чаще

всего выдвигается информативная, ср. на сайте БУ الكافتریات التابعة لمديرية الاقسام 'Тендер на аренду столовых, принадлежащих управлению общежития'.

Вместе с тем заголовок воплощает в себе принцип ориентации на экспрессию и стандарт в концентрированном виде и содержит не только сообщение в явной форме, но и некий скрытый смысл. Как и всякий другой вид имплицитности, моделируемый скрытый смысл расширяет и углубляет эксплицитный смысл текста [6, с. 101]. Например, на сайте БУ заголовок ي عيون جامعتنا الاهوار 'Болота в глазах нашего университета' или на сайте МГЛУ заголовок Беларусь "Без границ" не раскрывают ни содержание текста, ни тему материала.

Нижний блок веб-страницы университета включает в себя, как правило, статическую информацию (контактная информация, сведения об авторе и владельце веб-сайта и т.д.), а также дублируются некоторые рубрики из навигационного меню. Следует указать на различие объемов контента, размещенного в нижнем блоке. Так, на сайте БУ, помимо невербальных средств (символы, пиктограммы и др.), представлено большее количество ссылок (пункты навигационного меню), в сравнении с нижним блоком главной страницы сайта МГЛУ.

Таким образом, распределение вербально оформленного контента главной страницы сайта учреждения высшего образования определяется ее структурными особенностями. Названия рубрик навигационного меню и нижней части страницы могут быть представлены как лексически, так и семантически оформленными (словосочетаниями и простыми номинативными предложениями) единицами, которые отражают макроструктуру всей представленной на веб-сайте информации. Основная часть главной страницы, как правило, содержит заголовки, которые характеризуются эксплицитной направленностью на информирование читателя о содержании последующего сообщения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шевченко, Д. А. Эффективность веб-сайтов высших учебных заведений / Д. А. Шевченко, Ю. В. Локтюшина // Методика оценки конкурентоспособности сайта вуза в Интернете: учеб. пособие / Д. А. Шевченко, Ю. В. Локтюшина. – М.: ННОУ «МИПК», 2014. – С. 32.
2. Атабекова, А. А. Употребление языка в процессе сообщения знаний на пространстве web-страницы / А. А. Атабекова // Теория коммуникации и прикладная коммуникация: науч. тр. / Вестн. Рос. коммуникативной ассоц.; под ред. И. Н. Розиной. – Ростов н/Д : ИУБиП, 2002. – С. 8–15.

3. *Хуторской, А. В.* Образовательный сайт / А. В. Хуторской [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studopedia.su/15-61666-kak-sozdat-svoy-obrazovatelniy-sayt.html> . – Дата доступа: 16.01.2017.
4. *Ибрагимов, И. Д.* Интенсивный курс арабского языка: учеб. пособие / И. Д. Ибрагимов. – М., 2007. – С. 50.
5. *Калиновский, А. И.* Юзабилити: как сделать сайт удобным / А. И. Калиновский. – Минск : Новое знание, 2005. – 220 с.
6. *Лютая, А. А.* Структурные особенности и прагматическая роль современных газетных заголовков / А. А. Лютая. – Волгоград, 2007. – С. 101.

ИСТОЧНИКИ ПРИМЕРОВ

1. www.uobaghdad.edu.iq
2. www.mslu.by

The article deals with linguistic peculiarities of structural parts of university web site home pages. The results of the analysis elucidate language means typically used on web- site home pages of Baghdad University and Minsk State Linguistic University.