

Секция «Журналистика»

**Структура гипертекста электронного ресурса: к вопросу успешности
научно-популярных СМИ Рунета**

Ланько Александра Геннадьевна

Соискатель

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: Alexlanko@yandex.ru

Интернет как глобальное пространство, в котором осуществляется производство, доставка и хранение информационных продуктов, а также интерактивный обмен ими, способствует возникновению новых высокотехнологичных медиасистем. Эти системы, в свою очередь, трансформируют коммуникативную среду, перераспределяя информационные потоки и меняя как средства их производства, так и средства ориентации в них. Новая информационно-коммуникационная реальность видоизменяет также сам журналистский текст, поскольку в сети он создается, транслируется и воспринимается иначе, чем в «бумажных» изданиях. Сетевая среда оказывает все возрастающее влияние на сферу языка, в котором наряду с линейной выстраивается гипертекстовая структура [1].

Для научно-популярных СМИ, предоставляющих пользователям значительный объем сложного для восприятия и запоминания контента, возможности гипертекстовой среды просто неоценимы. Однако для полноценного использования этих возможностей изданиям необходимо качественно выстраивать гипертекстовую структуру своих электронных ресурсов. Известно, что базовая структура гипертекста предполагает наличие как минимум трех основных единиц: гипотекстов, сети связей и навигации [2]. Несмотря на то, что в научно-популярных СМИ главным остается контент, а не «упаковка», значение правильной организации навигационной системы огромно, поскольку она определяет локальную и глобальную ориентацию в гипертекстовом пространстве. Основным элементом этой системы являются гиперссылки как средство и форма установления связей – структурно-функциональных (комплекс «источник-объект ссылки») и семантических (смысловая связь между стартовым и целевым объектом). Интернет-ресурсам необходимо создавать логически соподчиненную и интуитивно понятную навигацию, благодаря которой пользователь сможет легко представлять свое местонахождение на сайте и видеть возможности для перемещения. Ключевые элементы, в первую очередь указатели, связывающие рубрикатор с соответствующими разделами и журналистские материалы друг с другом, должны быть семантически оправданы и графически выразительны. Помимо этого, одним из наиболее важных условий для поддержания пользовательского интереса и активности на ресурсе является наличие удобных форм интерактивного коммуницирования. Интерактивность электронного СМИ определяется не только доступностью ресурса круглосуточно и из любой точки, где можно осуществить подключение, но и двунаправленным характером сетевой активности. Процесс коммуникации выходит на первый план; доминирование коммуникативного аспекта над информационным как особенное свойство интернет-журналистики имеет тенденции к тому, чтобы стать общим свойством журналистики в целом [3]. Кроме того, используя предоставляемую гипертекстом возможность в любой момент изменять журналистские

произведения и связывать их системой гиперссылок с внутренними и внешними сетевыми объектами, издание может «прицельно попадать» в аудиторию. А также само меняться под определенные страты, руководствуясь суммой комментариев (количеством позитивных и негативных оценок), анализом читательской активности и информацией о перемещении СМИ в топе счетчиков рейтинга.

Научно-популярным ресурсам приходится решать общие задачи электронных медиа, в том числе находить баланс между постоянно прибывающим «океаном информации» и ограниченными когнитивными способностями человека, а также противостоять чужим интересам при формировании контента (в том числе внутригрупповым интересам научной среды). Однако, говоря о большей или меньшей успешности интернет-ресурса как средства массовой информации, необходимо учитывать еще один важный аспект. Исследователю может представляться, что какие-то приемы в построении гипертекста неудачны, так как возвращают пользователя во времена вещательных, а не диалоговых массмедиа. Но для части аудитории система отношений со СМИ по принципу «субъект-субъект» непривычна, неудобна и малоинформативна, поскольку гипертекст как среда и средство предполагает, помимо прочего, умение пользоваться новыми возможностями, а также потребность это делать. Поэтому однозначно говорить об успешности или не успешности гипертекстовой структуры онлайн-СМИ сложно; это справедливо в том числе для электронных ресурсов научно-популярных изданий.

Литература

1. Засурский Я.Н. Тенденции функционирования СМИ в современной структуре российского общества/Средства массовой информации России. – М.: Аспект Пресс, 2006. – С. 32.
2. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. – М.: Изд-во ЛКИ, 2009. – С. 54.
3. Калмыков А.А. Интернет-журналистика в системе СМИ: становление, развитие, профессионализация: Автореф. дис. ... док. филол. наук: 10.01.10/ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания» – М., 2009. – С. 15.