

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-5-2.23>

Гребенев Александр Николаевич, Шаюк Антонина Юрьевна

**СТРУКТУРА ПОЛИСЕМИОТИЧЕСКОГО АРТЕФАКТА: МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ  
НАЧАЛЬНОЙ ВЕБ-СТРАНИЦЫ ВИДЕОБЛОГ-КАНАЛА НА ХОСТИНГЕ 'YOUTUBE'**

Статья посвящена анализу системы вербальных и невербальных ресурсов и их структурированию на начальной веб-странице видеоканала, рассматриваемой как мультимодальный артефакт, а также описанию реализации смыслопорождающего потенциала элементов, относящихся к разным семиотическим модусам. Особое внимание авторы уделяют кластерному анализу мультимодальной системы веб-страницы, а также феномену перформатизации и 'мультимодального перформатива', не только описывающего действия, но и обладающего потенциалом действия - перехода на интересующий пользователя ресурс.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2018/5-2/23.html](http://www.gramota.net/materials/2/2018/5-2/23.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2018. № 5(83). Ч. 2. С. 316-322. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2018/5-2/](http://www.gramota.net/materials/2/2018/5-2/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

УДК 811.111

Дата поступления рукописи: 28.02.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-5-2.23>

*Статья посвящена анализу системы вербальных и невербальных ресурсов и их структурированию на начальной веб-странице видеоканала, рассматриваемой как мультимодальный артефакт, а также описанию реализации смыслопорождающего потенциала элементов, относящихся к разным семиотическим модусам. Особое внимание авторы уделяют кластерному анализу мультимодальной системы веб-страницы, а также феномену перформатизации и 'мультимодального перформатива', не только описывающего действия, но и обладающего потенциалом действия – перехода на интересующий пользователя ресурс.*

*Ключевые слова и фразы:* мультимодальный артефакт; системно-функциональный подход; визуальная грамматика; риторическая структура; видеоблог-дискурс.

**Гребенев Александр Николаевич**, к. филол. н.

**Шаюк Антонина Юрьевна**, к. филол. н.

*Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина*

*dwith@yandex.ru; antonina.shayuk@mail.ru*

### СТРУКТУРА ПОЛИСЕМИОТИЧЕСКОГО АРТЕФАКТА: МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЧАЛЬНОЙ ВЕБ-СТРАНИЦЫ ВИДЕОБЛОГ-КАНАЛА НА ХОСТИНГЕ 'YOUTUBE'

Статья посвящена одной из актуальных тем современной лингвистики – изучению асинхронной коммуникации в интернет-дискурсе. Авторы статьи предлагают пример кластерного анализа структуры и содержания начальной веб-страницы, позволяющего наглядно представить иерархическую группировку мультимодальных элементов в кластеры и взаимодействие элементов в структуре мультимодального артефакта, а также отмечают ведущую роль перформатизации как одного из основных свойств анализируемого артефакта.

Исходя из того, что элементы системы вербальных и невербальных ресурсов на начальной веб-странице видеоканала относятся к различным семиотическим модусам, целью данной статьи является описание реализации смыслопорождающего потенциала каждого из них в 'асинхронной коммуникации' [5, p. 11] видеоблогера и интернет-пользователей, опосредованной программной средой видеохостинга 'YouTube'. Материалом для анализа послужили полисемиотические ресурсы, размещенные на канале известного американского блогера *Roman Antwood* [12]. Начальная веб-страница отбиралась исходя из следующих критериев: 1) категориальная отнесенность содержания канала ('DailyVlogs'); 2) активность канала, которая определяется как действиями со стороны блогера (ежедневное или еженедельное пополнение содержания канала новым видеопостами), так и действиями со стороны пользователей и подписчиков (количество подписчиков, просмотров и комментариев); 3) степень повторяемости ресурсов и их количество: основные коммуникативные элементы системы должны присутствовать в большинстве примеров из выборки в 50 веб-страниц одной тематической категории; все компоненты должны уместиться в пределах одного визуального поля экрана монитора с целью технического упрощения основных процедур анализа. В качестве теоретической и методологической основы в работе/исследовании используются положения двух ведущих на данный момент моделей мультимодального анализа дискурса: системно-функциональная модель [1; 6-9] и модель 'Жанр-Мультимодальность' [2-4], каждая из которых в значительной степени расширяет границы традиционного термина «текст». Согласно первой модели, под текстом понимается любое смыслопорождающее событие, чья функция определяется его использованием в конкретной речевой ситуации [1, p. 4]. Различные семиотические модусы реализации актов коммуникации (письменные тексты на естественном языке или тексты, относящиеся к современным интернет-жанрам) являются частными примерами выборки из общей системы мультимодальных ресурсов, которые доступны коммуниканту и которые он считает наиболее релевантными в том или ином контексте. В модели 'Жанр-Мультимодальность' [3] различные примеры полисемиотических объектов (иллюстрированные журнальные статьи, технические инструкции, передовицы газет, веб-документы и т.д.) рассматриваются в качестве *мультимодальных артефактов* – комбинаций различных способов информационной презентации в одном документе [2, p. 1]. Таким образом, раскрытие смыслопорождающего потенциала элемента мультимодальной системы ресурсов зависит не только от его семиотической принадлежности, но и от его взаимодействия с другими элементами и их расположения в структуре мультимодального артефакта.

Для достижения полноты описания структуры мультимодальной системы ресурсов анализ осуществляется в три основных этапа: 1) базовый уровень: описание всех мультимодальных элементов системы с привлечением кластерного анализа и микро-транскрипционного анализа [1, p. 30]; 2) уровень анализа актуальной структуры расположения элементов и их группировка; 3) анализ риторической структуры артефакта или его элемента с помощью стандартных принципов и определений классической теории риторической структуры [10; 11]. Элементы являются минимальными единицами описания мультимодальной аннотации. Основной критерий их выделения в пространстве мультимодального артефакта – наличие любого графического сигнала, позволяющего зрительно определить его в качестве отдельного объекта. Графически маркированная или просто пространственная близость двух и более элементов позволяет рассматривать их как конститuenty более высокого уровня

организации – субкластеров, которые могут использоваться как конститuentы кластеров, входящих в состав суперкластеров и макрокластеров соответственно. Таким образом, все элементы мультимодальной системы ресурсов формируют иерархию, количество уровней которой определяется задачами и материалом исследования. Минимальный случай – двухуровневая структура ‘элемент-кластер’. Данная процедура, в некоторой степени, является визуализацией ‘принципа смысловой компрессии’ [1, р. 20], который устанавливает зависимость смыслопорождающего эффекта на высшем уровне, на котором происходит актуальное декодирование всего мультимодального сообщения артефакта, от элементов, принадлежащих к низшим уровням иерархии.

Общее представление о структуре актуального расположения элементов играет большую роль в мультимодальном анализе, поскольку, с одной стороны, он может выявить общие принципы организации, а с другой – показать, какие компоненты структуры являются выдвинутыми на общем фоне. Иерархическая группировка мультимодальных элементов в кластеры и последующая проекция данной структуры на актуальные визуальные области анализируемого артефакта представлена на Схемах 1 и 2. Начальная страница видеоблог-канала *Roman Antwood* представляет собой единый макрокластер, который формируют графически отчетливо отделимые четыре суперкластера, размещенные по вертикальным и горизонтальным осям навигации. Первый суперкластер занимает вертикальное положение на странице и состоит из двух основных кластеров – баннера канала и панели управления. Наиболее насыщенный по количеству конститuent (11 кластеров) – второй суперкластер (‘плей-листы’) – тем не менее занимает подчиненную позицию по отношению к первому, располагаясь под ним с выравниванием по левой стороне.

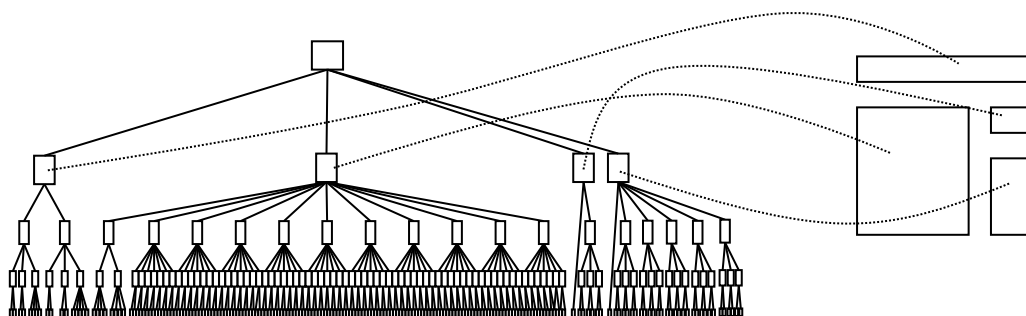
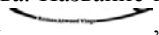



Схема 1

10 из 11 составляющих его кластеров организованы идентично, используя в качестве составляющих конститuent 7 субкластеров (субкластер ‘название плей-листа’ + 5 субкластеров с элементами видеовитрин и дополнительной информации + 1 субкластер навигации). Визуальное объемное разрастание второго суперкластера ограничено только активностью самого блоггера, однако единообразность кластеров гарантируется программными средствами. Визуальная, но не структурная выдвинутость второго суперкластера связана с тем, что именно на нем пользователи часто сосредоточивают свое внимание, поскольку информационное потребление требует быстрого ознакомления путем просмотра одного видео или его части, чтобы дать исчерпывающее представление о том, необходимо ли остаться на данном канале или продолжить серфинг. Суперкластер 3 (‘My Old Dusty Channel’) и суперкластер 4 (‘Related Channels’), как показали результаты выборки начальных страниц схожих по тематике каналов, являются наиболее опциональными. Их отображение на экране зависит от определенного типа действий блоггера на своем канале (гиперссылка на другие каналы или отметка ‘понравившиеся видео’), которые автоматически регистрируются и оформляются единообразно программными средствами (кластер = языковой элемент + три графических субкластера). Схема 1 демонстрирует структурную выдвинутость первого суперкластера и первого кластера второго суперкластера, что объясняется их особой ролью в смыслопостроении всего мультимодального артефакта. Доминантное положение первого суперкластера объясняется тем, что суперкластеры 2-4 фактически дублируют содержание страниц, которые доступны после нажатия пользователем на соответствующие тематические кнопки панели управления канала, расположенные во втором кластере – *Videos*, *Playlists*, *Channels*. Первому суперкластеру отводится также центральная смыслоформирующая роль всего канала, которая достигается за счет предоставления пользователю большего маневра для творческой реализации своих идей. В противовес общей автоматизированности дизайна в первом кластере пользователю доступно для самостоятельного оформления два субкластера – аватар и баннер. Согласно принципам визуальной грамматики, первый кластер относится к типу триптиха [8, р. 224], где центральное место занимает слоган канала **Smile More**, находящийся в медиальной позиции между фотографией-аватаром видеоблоггера и селфи-фото блоггера и его семьи в бассейне из разноцветных шариков. Лого канала является единственным элементом в первом кластере, содержащим языковые элементы – эллиптированный императив ‘Smile More’ и группу существительного ‘Roman Antwood Vlogs’. Данные языковые элементы являются выдвинутыми не только на фоне первого кластера, но и на фоне остальных компонентов общей структуры страницы. В отличие от оформления других языковых элементов на канале, которые преимущественно репрезентируются в стандартных размерах и шрифтах видеохостинга, элементы ‘Smile More’ и ‘Roman Antwood Vlogs’ выполнены в полужирном начертании с белой

заливкой, шрифт – *CooperBlack*, с использованием заглавных букв в начале каждого слова. Название канала ‘Roman Antwood Vlogs’ одновременно является составной частью графического вектора , который направлен от графемы ‘S’ к графеме ‘O’, таким образом, что вторая графема меняет наклон, иконически передавая эффект подмигивания . Еще одной возможной интерпретацией использования графического вектора в качестве маркера фразового ударения, где необходимо делать больший акцент на долгий гласный, усиливая на фонетическом уровне значение наречия ‘more’. Полукруглое очертание самого вектора напоминает эмоджикон ‘улыбка’. Общая шутливая тональность слогана поддерживается и в консонансе языкового элемента субкластера ‘get sMile Merch here’, расположенного ниже. Вторая смыслопорождающая функция вектора просматривается по отношению ко всей структуре триптиха баннера. Медиальное положение позволяет рассматривать вектор как графический переход от улыбающегося блоггера на фотографии-аватаре к фотографии улыбающегося и счастливого блоггера в окружении его семьи, что сказывается на семантике наречия ‘more’, с одной стороны, связанной с количественным увеличением улыбающихся людей, с другой же стороны, с общим смысловым посланием, что радость в кругу семьи более ценна, чем в одиночестве.

К смыслопорождающим ресурсам первого кластера также относится и общая композиционная структура фотографий, используемых в оформлении. Все они выполнены с использованием крупного плана. Горизонтальное расположение фигур позволяет пользователю оставаться на одном уровне с изображаемыми фигурами, что говорит о равных отношениях между наблюдателем и наблюдаемым. Вектор глаз направлен на смотрящего, призывая его стать равным участником происходящего семейного веселья и радости на фотографиях. Вторая фотография обладает дополнительным смыслопорождающим ресурсом – она представляет собой селфи-снимок семьи, что, с одной стороны, соответствует содержанию канала – это своеобразное реалити-шоу, записанное на видеокamerу. С другой стороны, данная особенность композиции позволяет посетителю канала в большей степени ассоциировать себя с людьми, запечатленными на снимке. Он не просто наблюдает за жизнью какой-то семьи, но семьи, членом которой он сам является. Наличие данного смыслового содержания можно проследить и в употреблении шутливых метафорических сравнений – в гиперболическом названии видео, являющемся кластером второго суперкластера ‘10 million family member!!’, или в шутливом комментарии в описании канала, содержащем игру слов ‘Roman Soldiers baby’. В создании общей смысловой атмосферы непринужденного семейного веселья канала большую роль играет единственный звуковой семиотический ресурс на канале (за исключением всплывающей рекламы) – звуковая дорожка к видео ‘10 million family member!!’, которое автоматически воспроизводится при посещении канала. Звуковая дорожка содержит партию клавишных, наигрывающую спокойную приятную мелодию, слышатся голоса и смех блоггера, его детей и спутницы, что еще больше усиливает ощущение гостеприимства и семейного тепла. Полностью микротранскрипционный анализ мультимодальных ресурсов первого суперкластера представлен в Таблице 1.



Таблица 1

Super-cluster	Cluster	Sub-cluster	Elements (Multimodal Resources)
Super-cluster 1	1. Banner	1.1 Avatar	<b>1.1.1 Photo:</b> Background: pale green Foreground: picture of Male Person smiling (central position) Represented participant: close shot, eye-level angle (equality relations with user), type of image act: demand
		1.2 Banner	<b>1.2.1 Logo:</b> Wording: ‘Smile More’ – imperative clause (font: Cooper Black/white/horizontal/large) ‘Roman Antwood Vlog’ – noun phrase (font: Cooper Black/white/slightly round) Graphical element: stylized arrow (vector from S to O) Foregrounded elements: ‘S’, ‘O’ <b>1.2.2 Family Picture:</b> Background: colorful plastic balls Foreground: male (holding selfie stick), female, two children making selfie in a plastic balls pool Represented participants: distant shot, high-angle (dominance of a viewer) Type of image act: demand (eye-contact with a viewer – demand to join for having fun)
		1.3 Follower Links	<b>1.3.1 Merchandize Link:</b> Wording: Get Smile More Merch Here – imperative clause; capitals; alliteration (sMile More Merch); colloquial (Merch); font (YouTube standard/ white/small) Graphic: punctuation marks forming emoticon ‘smile’ : ) <b>1.3.2 Social Network Links:</b> Graphical Icons: Google+, Facebook, Tweeter, Instagram (detached from each other)

2. Navigation Panel	2.1 Vlog Channel Name	<p><b>2.1.1 Vlog Channel Link:</b> Wording: ‘RomanAntwoodVlogs’ – noun phrase (title); capitals (graphically foregrounded ‘R’, ‘A’, ‘V’); continuous writing; double reference (personal name + channel’s name) Font matters: YouTube standard/small/black</p> <p><b>2.1.2 Verification Badge Icon:</b> Graphical icon Wording: ‘Verified’ (when highlighted) – passive participle; ellipsis (‘YouTube channel’s name is verified’)</p>
	2.2 Navigation Tools	<p><b>2.2.1 Home Button:</b> Wording: ‘Home’ – noun phrase; metaphorical in reference; elliptical (‘Push the home button to go to the home page’); performative; capital Font matters: YouTube standard/pale black (bold when highlighted)/small; underlined in red when highlighted</p> <p><b>2.2.2 Videos Button:</b> Wording: ‘Videos’ – noun phrase, plural; metaphorical in reference; elliptical (‘Push the videos button to go to the videos page’); performative; capital Font matters: YouTube standard/pale black (bold when highlighted)/small; underlined in red when highlighted</p> <p><b>2.2.3 Playlists Button:</b> Wording: ‘Playlists’ – noun phrase, plural; metaphorical in reference; elliptical (‘Push the playlists button to go to the playlists page’); performative; capital Font matters: YouTube standard/pale black (bold when highlighted)/small; underlined in red when highlighted</p> <p><b>2.2.4 Channels Button:</b> Wording: ‘Channels’ – noun phrase, plural; metaphorical in reference; elliptical (‘Push the channels button to go to the channels page’); performative; capital Font matters: YouTube standard/pale black (bold when highlighted)/small; underlined in red when highlighted</p> <p><b>2.2.5 About Button:</b> Wording: ‘About’ – prepositional phrase; metaphorical in reference; elliptical (‘Push the about button to get more information about the channel’); performative; capital Font matters: YouTube standard/pale black (bold when highlighted)/small; underlined in red when highlighted</p> <p><b>2.2.6 Search Button:</b> Standard graphical icon for search option Wording: ‘Search Channel’ – elliptical clause/non-finite verb phrase (‘If you want to search the channel for information you need push the search channel button’); capitals Font matters: YouTube standard/pale black (backgrounded) Graphics: a blue rectangle frame (when pushed)</p>
	2.3 Subscribe Tool	<p><b>2.3.1 Subscribe Link:</b> Graphics: red background; YouTube ‘play’ logo (red triangle in the white box) Wording: ‘Subscribe’ – imperative, non-finite verb phrase, elliptical (‘If you want to subscribe follow the subscribe link’), performative; capital Font matters: YouTube standard/white/small</p> <p><b>2.3.2 The Number of Subscribers:</b> Wording: numerals with punctuation marks Graphics: black rectangle with black triangle arrow (when highlighted) Font matters: YouTube standard pale black/small; white numbers and black background when highlighted</p>

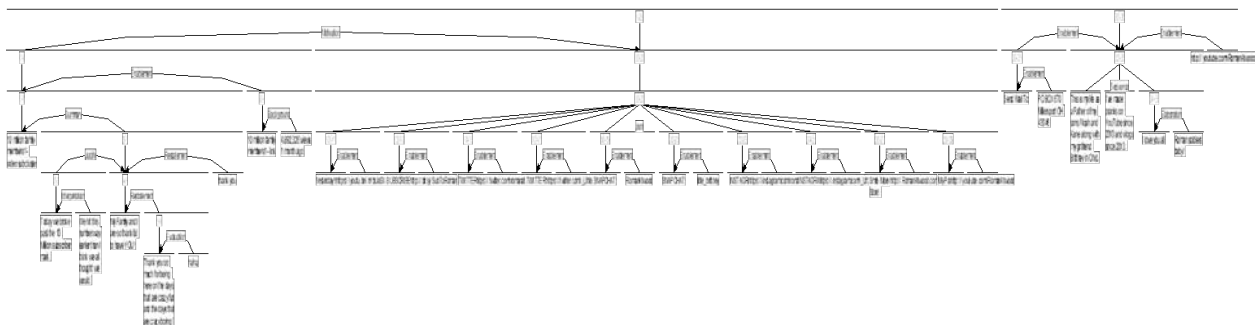
Смыслорождающая и определяющая важность первого суперкластера объясняется и его включенностью в семантические и когезионные отношения с другими смысловыми элементами, расположенными на странице. С точки зрения актуального информационного членения, он является наряду с другими суперкластерами развитием одной из двух макротем, вербализацию которых можно найти в описании канала, перейдя по ссылке субкластера панели управления ‘about’: 1. This is my life as a Father of my sons Noah and Kane along with my girlfriend Brittney in Ohio. 2. I’ve made pranks on YouTube since 2010 and vlogs since 2013. Дальнейшее развитие центральных макротем можно обнаружить в гипертемах второго суперкластера, одновременно являющихся названиями плей-листов: 1.1 Trip to Hawaii; 1.2 Trip to Aruba; 1.3 Trip to St. Thomas; 1.4 Trip to Germany; 2.1 Behind My Pranks; 2.2 Filming in Finland with The Dudesons; 2.3 Pranking with Steve-O; 2.4 The Making of Natural Born Pranksters. Плей-листы ‘Uploads’ и ‘Popular Uploads’ формируются автоматически согласно количеству просмотров и отметкам ‘лайков’, а тематически они смешивают две основные макротемы. Каждая из гипертем распадается на темы, совпадающие с названием каждого из видео, относящегося к тому или иному плей-листу (гипертеме). Семантическая связанность страницы канала реализуется также в системе эндофорических и экзофорических связей. К первой можно отнести примеры анафорического дейксиса (*I, My Life, My Sons, Noah and Kane, My Girlfriend, Brittney, We, We All, My Family, My Family and I* и др.), лексических повторов (‘Plastic Ball Prank’, ‘Toilet Paper Prank’, ‘Killing My Kid Prank’) и синтаксических параллелизмов (‘Trip to Aruba’, ‘Trip to Germany’, ‘Filming in Finland with The Dudesons’,


‘Pranking with Steve-O’). Анафорические связи реализуются также при помощи мультимодальных ресурсов, включающих в себя большее число примеров визуального дейксиса – фотография блоггера на аватаре, фотография блоггера и членов его семьи распознаются и отождествляются на многочисленных витринах видеопостов, представленных во втором суперкластере. Фотография, изображающая купание в разноцветных шариках, катафорически связана с одним из видео на канале (‘Crazy Plastic Ball Prank!!’). К примерам экзофорической связи можно отнести примеры многочисленных гиперссылок, а также полностью суперкластеры 3-4, содержащие переходы на тематически связанные каналы других видеоблоггеров и их краткое описание. Данные суперкластеры играют еще одну важную роль, поскольку они семантически увязывают данный канал в общую тематическую сеть родственных категорий, делая его одним из многочисленных остановочных пунктов пользователя в выстраивании его пути чтения видеоконтента, согласно его информационным приоритетам на всем видеохостинге.

Анализ элементов мультимодальной выборки, представленной на начальной странице, показывает сравнительно небольшое количество непосредственно вербальных ресурсов, хотя синтаксически они представлены довольно широко: от глагольных групп (‘Subscribe’) и групп существительного (‘Trip to Aruba’) до клауз (‘I Tried to Help!’) и полноценных текстов-комментариев к видео: ‘I came home from a long 2 weeks of filming and told my family we were packing up and headed to an island in the morning. Booked the trip at 9 pm and was out the door to the airport at 5 am the next day. This is our trip. Thanks for watching’. В большинстве случаев языковые элементы объединены в субкластеры с элементами иной семиотической природы, что ведет к взаимной интеграции их смысловых потенциалов. Наиболее ярко данная тенденция прослеживается в структуре гиперссылок (‘Get Smile More Merch Here’, ‘Mailing My Kids in the Box!!’), которые можно найти во всех четырех суперкластерах и инструментах навигации (Home, Videos, Playlists, Channels, About). Каждый из данных субкластеров содержит, как правило, анимированный (подчеркивание и/или смена цвета) программными средствами вербальный компонент, который одновременно является виртуальным инструментом для перехода на соответствующий тематический раздел канала или ссылкой на внешний источник. Таким образом, интеграция различных модальностей в пределах одного субкластера приводит к тому, что языковой элемент получает дополнительные функции, невозможные в пределах языковой системы: он описывает не только действие, но и сам является действием, которое доступно пользователю канала. На этом основании данные объекты можно условно обозначить термином ‘*мультимодальный перформатив*’. Анализ гиперссылок также показывает, что взаимонаправленный потенциал модальностей реализуется с разной степенью интеграции, что можно видеть на примере субкластеров ‘Subscribe’ и ссылок на веб-страницы социальных сетей *Twitter*, *Facebook*, *Google+*, *Instagram*, которые дублируются в первом и втором суперкластере. Во втором суперкластере языковой элемент отчетливо отделен от анимированной гиперссылки (‘SUBSCRIBE: <http://bit.ly/SubToRoman>’), в первом суперкластере они уже представлены как полноценные мультимодальные перформативы  с той разницей, что в ссылках на социальные сети языковой элемент вытеснен соответствующей иконой-эмблемой , но сохраняется во втором суперкластере (‘TWITTER: <https://twitter.com/romanat...>’). Данные примеры гипотетически позволяют предположить, что последняя стадия эволюции мультимодального перформатива связана с полным отказом от использования языкового элемента в пользу других семиотических модусов в их структуре. Перформатизацию можно считать одним из основных свойств анализируемого артефакта, поскольку практически каждый элемент или кластер (названия плей-листов, названия видеопостов, видеовитрины, фотографии-аватары, внешние ссылки и т.д.) на странице обладает потенциалом действия – перехода на интересующий пользователя ресурс, что напрямую вытекает из его функциональной направленности. Начальная страница – это последнее, что отделяет пользователя от непосредственного участия в опыте социального общения посредством различных манипуляций с видеоконтентом (просмотр, обмен, комментирование, оценивание и т.д.). Как было сказано ранее, в положении выдвижения оказывается и первый кластер второго суперкластера.

Его выдвиженность определяется, во-первых, структурно – как видно на Схемах 1 и 2, в качестве его конституента используются только два кластера (видео и дополнительная информация); во-вторых, уникальностью привнесения в систему мультимодальных ресурсов единственного примера видеомодуса. Все остальные примеры во втором суперкластере являются видеовитринами – статичное изображение, представляющее собой, как правило, произвольно (программными средствами видеохостинга) или намеренно (самим блоггером) выбранный кадр из видео, который затем обрабатывается при помощи графического редактора с использованием по необходимости дополнительных эффектов или надписей (‘Behind the Scenes’). В-третьих, функционально данный кластер является репрезентантом смыслового потенциала всего канала, представляя его в миниатюре, что проявляется в содержании элементов второго подкластера, в котором дублируется информация, относящаяся ко всему каналу в целом, а также в его риторической структуре, представленной на Схеме 2. Анализ риторической структуры позволяет довольно эффективно определить общую прагматическую интенцию всего артефакта или его части, а также выявить наличие возможных несовпадений между актуальным графическим размещением элементов или кластеров и системой семантических риторических отношений между ними. Риторический анализ выявил как наличие ожидаемых отношений: 1) обобщение (‘Summary’ между ядром 1 и сателлитом 2-7); 2) оценка (‘Evaluation’ 5-6) и реализующие принципы вежливости варианты перефразирования (‘Restatement’ 4-5, 2-7); 3) реализация (‘Enablement’, представленное в сателлитах, связанных мультинуклеарным отношением ‘Joint’ 10-29). Данные отношения

отражают типичные действия как блоггера, так и посетителя канала: публикация видеопоста, его краткое описание, выражение благодарности за просмотр, подписку на канал и/или комментарий. Отрезки 30-36 оказываются риторически не связанными с основным ядром и подчиненными ему сателлитами (1-29), несмотря на то, что, как было показано ранее, все они являются составными мультимодальными элементами единого субкластера. Нарушение связанности риторической структуры восполняется, если принять во внимание, что отрезки 30-36 формируют ядро по отношению к сателлиту ('Enablement'), репрезентированному на странице в качестве одной из кнопок навигации 'About', которая является подчиненным конституентом первого суперкластера. Необходимость в использовании дублирующего и риторически чужеродного элемента можно объяснить желанием блоггера максимально насытить данный кластер элементами навигации по основным разделам канала, не используя специально отведенные кластеры навигации первого суперкластера. Наибольший исследовательский интерес вызывает тот факт, что отрезки 1-9 являются подчиненным сателлитом к ядру 10-29. Таким образом, доминантным риторическим отношением как данного кластера, так и всего артефакта, репрезентантом которого он выступает, является 'Мотивация' ('Motivation'). Таким образом, вся совокупность действий блоггера в конечном итоге направлена на мотивирование пользователя к осуществлению действий подписки ('Subscribe') на сам канал, на страницы в социальных сетях (Twitter, Facebook, Instagram) или же к переходу в онлайн-магазин атрибутики канала ('Get Smile More Merch Here'). Данные результаты выявляют некоторый конфликт интенций. С одной стороны, как показал анализ семантических связей мультимодальной системы ресурсов, видеоблоггер отчетливо старается достичь позитивного эффекта у посетителей путем создания устойчивой ассоциации между действиями пользователей и блоггера на канале и действиями членов одной семьи. С другой стороны, как показывает анализ риторической структуры, апелляция к позитивному эффекту семейных ценностей, что ярко продемонстрировано в организации структуры первого суперкластера, имеет под собой весьма конкретную прагматическую цель – увеличение числа подписчиков канала. Усиление контраста подчеркивается и в реализуемых мультимодальными средствами семантически связанных, но идеологически противоположных метафор: 1) 'SUBSCRIBERS ARE FAMILY MEMBERS', что явно присутствует в значении триптиха на баннере канала и в вербализованных примерах выражения отношения блоггера к аудитории ('10 million family member!!', 'Roman Soldier Baby'); 2) 'SUBSCRIBERS AND VIEWERS ARE NUMBERS', что следует из анализа функционального элемента , где потенциальное действие пользователя по оформлению подписки на канал реализуется в форме мультимодального перформатива, а результат данного действия визуально представлен в цифрах, т.е. происходит метафорическое отождествление подписчика с цифрой, отображаемой на счетчике канала. Подобное приравнивание действий пользователя к статистическим данным прослеживается и в счетчике числа просмотров, который является обязательным элементом к каждому видео. Одним из объяснений подобного соприсутствия противоположных интенций может служить тот факт, что все мультимодальные ресурсы, присутствующие на канале, можно разделить на внутренне присущие и внешне привнесенные. К первым относятся те элементы графического дизайна, которые автоматически оформляются программными средствами видеохостинга; ко вторым – элементы, которые блоггер может добавлять или менять самостоятельно, исходя из собственных предпочтений.





10 MILLION FAMILY MEMBERS!!  
Smile More Store: <http://RomanAtwood.com>  
My Pranks: <http://youtube.com/RomanAtwood>

Send Mail To:  
PO BOX 670  
Millersport OH 43046

This is my life as a Father of my sons Noah and Kane along with my girlfriend Brittney in Ohio. I've made pranks on YouTube since 2010 and vlogs since 2013.

I love you all! Roman soldiers baby!  
<http://youtube.com/RomanAtw...> Show less

10 MILLION FAMILY MEMBERS!!  
5,064,976 views · 1 month ago  
Yesterday's Vlog - <https://youtu.be/nYbUaSX-9rM>  
SUBSCRIBE: <http://bit.ly/SubToRoman>

Today we broke past the 10 Million subscriber mark. We hit this number way earlier than I think we all thought we would. My Family and I are so thankful to have YOU! Thank you so much for being here on the days that are crazy fun and the days that are crazy boring! haha, thank you!

TWITTER: <https://twitter.com/romanat...>  
TWITTER: [https://twitter.com/\\_Little...](https://twitter.com/_Little...)  
SNAPCHAT: RomanAtwood  
SNAPCHAT: little\_brittney  
INSTAGRAM: <https://instagram.com/roman...>

Как ранее отмечалось в анализе, многие компоненты первого суперкластера, а также комментарии и краткое описание каждого видео и всего канала в целом зависят от самого блогера. Различные кластеры-счетчики статистики действий пользователей на канале – это все примеры внутренне присущих элементов графического оформления канала. Можно сказать, что видеоблог-канал как мультимодальный артефакт является результатом компромисса, который устанавливается между тремя основными участниками данного типа интернет-коммуникации: пользователями, блогерами и видеохостингом, который незримо присутствует в качестве множества предоставляемых электронных услуг.

Проведенный трехуровневый анализ начальной веб-страницы видеоблог-канала показал, что, несмотря на ее чрезвычайную изменчивость, она в полной мере обладает чертами единого и связанного сообщения, что проявляется в наличии структуры в системе мультимодальных ресурсов, задействованных в ее создании, в семантической связанности в общую тематическую сеть родственных категорий, во взаимной интеграции смысловых потенциалов. Удалось проследить иерархию элементов в системе макро-, супер- и субкластеров, выявить общие принципы организации и показать, какие компоненты структуры являются выдвинутыми на общем фоне, а также установить, что ‘Мотивация’ является доминантным риторическим отношением, а действия блогера в конечном итоге направлены на мотивирование пользователя к осуществлению каких-либо действий (мультимодальный перформатив). Микротранскрипционный анализ мультимодальных ресурсов наглядно показал возможности реализации смыслопорождающего потенциала вербальных и невербальных ресурсов на начальной веб-странице видеоканала, а также зависимость этого потенциала от других элементов и их расположения в структуре начальной веб-страницы.

#### *Список источников*

1. **Baldry A., Thibault P. J.** Multimodal Transcription and Text Analysis: A multimedia toolkit and coursebook. L. – N. Y.: Equinox, 2006. 301 p.
2. **Bateman J. A.** Multimodality and Genre: A Foundation for the Systematic Analysis of Multimodal Documents. Basingstoke – N. Y.: Palgrave MacMillan, 2008. 331 p.
3. **Bateman J. A., Delin J. L., Henschel R.** A Brief Introduction to the GeM Annotation Schema for Complex Document Layout [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fb10.uni-bremen.de/anglistik/langpro/webospace/rh/my-papers/gem/xmlnlp02-bateman-henschel-delin.pdf> (дата обращения: 01.03.2018).
4. **Bateman J. A., Kamps T., Klein J., Reichenberger K.** Constructive text, diagram and layout generation for information presentation: the DArtbio system // Computational Linguistics. 2001. Vol. 27. № 3. P. 409-449.
5. **Crystal D.** Language and the Internet. Cambridge University Press, 2003. 283 p.
6. **Halliday M. A. K.** Language as social semiotic: the social interpretation of language and meaning. L.: Edward Arnold, 1978. 265 p.
7. **Halliday’s introduction to functional grammar.** N. Y.: Routledge, 2014. 808 p.
8. **Kress G., Leeuwen T. van.** Reading Images: The Grammar of Visual Design. L.: Routledge, 1996. 321 p.
9. **Kress G. R.** Multimodality: a social semiotic approach to contemporary communication. L.: Routledge, 2009. 232 p.
10. **Mann W. C., Matthiessen C. M. I. M., Thompson S. A.** Rhetorical structure theory and text analysis // Benjamins J. Text Description: Diverse Analyses of a Fund Raising Text / ed. by W. C. Mann and S. A. Thompson. Amsterdam, 1992. P. 39-78.
11. **Mann W. C., Thompson S. A.** Rhetorical structure theory: a theory of text organization [Электронный ресурс]. URL: [https://www.sfu.ca/rst/pdfs/Mann\\_Thompson\\_1987.pdf](https://www.sfu.ca/rst/pdfs/Mann_Thompson_1987.pdf) (дата обращения: 01.03.2018).
12. **Roman Antwood** [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/user/RomanAtwoodVlogs> (дата обращения: 01.03.2018).

### POLYSEMIOTIC ARTIFACT STRUCTURE: MULTIMODAL ANALYSIS OF THE INITIAL WEB PAGE OF A VIDEO BLOG CHANNEL ON THE YOUTUBE HOSTING

**Grebenev Aleksandr Nikolaevich**, Ph. D. in Philology  
**Shayuk Antonina Yur'evna**, Ph. D. in Philology  
*Pushkin Leningrad State University*  
*dwith@yandex.ru; antonina.shayuk@mail.ru*

The article is devoted to the analysis of the system of verbal and non-verbal resources and their structuring on the initial web page of a video channel considered as a multimodal artifact, as well as the description of the realization of the meaning-generating potential of elements belonging to different semiotic modes. The authors pay special attention to the cluster analysis of the web page multimodal system, as well as to the phenomenon of performatization and the “multimodal performative”, which not only describes the action, but also has a potential for action – transition to the resource of the user’s interest.

*Key words and phrases:* multimodal artifact; systematic-functional approach; visual grammar; rhetorical structure; video blog discourse.