

ОСОБЕННОСТИ ГИПЕРТЕКСТА КАК ПРЕДМЕТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

А. Н. Саенко

В работе рассматриваются концепция гипертекста и ее история, описываются особенности гипертекста по сравнению с традиционным текстом, предлагаются критерии для лингвистического анализа гипертекста.

Ключевые слова: гипертекст, Интернет, мультилинейность, целостность, информативность текста

У статті розглядаються концепція гіпертексту та її історія, описуються особливості гіпертексту у порівнянні з традиційним текстом, пропонуються критерії для лінгвістичного аналізу гіпертексту.

Ключові слова: гіпертекст, Інтернет, мультилінійність, цілісність, інформативність тексту

This article evaluates the hypertext concept and its history, describes hypertext peculiarities in comparison with traditional text, and suggests criteria for a hypertext linguistic analysis.

Key words: hypertext, Internet, multilinearity, integrity, information text load

Постановка проблемы. В эпоху современных информационных технологий новые формы коммуникации получают стремительное распространение. Наряду с привычными средствами массовой информации (пресса, радио, телевидение), все большее значение приобретает Интернет.

Возрастающая роль Интернета в человеческой коммуникации заставляет лингвистов обратить внимание на особенности языкового общения в этой компьютерной сети. В настоящее время все больше исследователей обращаются к проблеме влияния компьютеров, компьютерных сетей и искусственных языков на язык общения человека с человеком.

Изменения под влиянием Интернета происходят на различных уровнях языка: от фонологии до уровня целостного текста. Важнейшей составляющей компьютерного дискурса является гипертекст. Заметим, что слово «текст» происходит от греческого «ткань» и этим подчеркивается линейная организация текстов. Приставка «гипер-» значит «над» и таким образом указывает на усложнение структуры данного явления по сравнению с текстом. Исходя из этого, необходимо определить структурные особенности гипертекста, позволяющие говорить о нем как о более сложном явлении, и подход к анализу этих особенностей.

Анализ публикаций. Гипертекст представляет собой широко используемую концепцию. Гипертекстом называют совокупность текстов в Интернете, энциклопедию, справочник, книгу с содержанием и предметным указателем, а также любой текст, в котором обнаруживаются какие-либо ссылки (указания) на другие фрагменты. Основным из признаков гипертекста считается его нелинейность [1; 2]. Гипертексты как явление существовали задолго до начала эпохи Интернета. Типичным гипертекстом является совокупность текстов Священного Писания. Их можно читать не только линейно, но и нелинейно, следуя эксплицитно указанному во многих изданиях книг Ветхого и Нового Завета порядку ассоциативных ссылок и параллельных мест, т.е. гипертекстуально [3].

В современной культуре освоение гипертекста как способа коммуникации обусловлено двумя взаимосвязанными тенденциями развития самой коммуникации. Первая тенденция связана с увеличением объемов информации и использованием компьютера в качестве средства коммуникации. Потoki информации образуют сложные пересекающиеся в пространстве и времени структуры. При расширенном воспроизводстве текстов прежние способы их сохранения и распространения перестают удовлетворять потребности общества. Компьютер постепенно внедряется в разные коммуникативные сферы, создаются устройства, позволяющие сохранять большие объемы текстов, обрабатывать и передавать их на большие расстояния, в частности гипертекстовые системы.

Вторая тенденция связана с нарушением целостности мировосприятия, возникновением множественных, дополнительных друг другу структур знания. Множество сообщений не укладывается в жесткие иерархические структуры, а складывается в мозаику. Подобные наслоения требуют гибких сетевых структур, например, таких, как гипертекст.

Благодаря Интернету была создана техническая база для адаптации линейной структуры текста к нелинейной, основанной на ассоциации связи идей в мозгу человека. О нелинейном мышлении человека писал В. Буш: «... мозг человека... действует по ассоциативному принципу. Уловив одну мысль, он немедленно переходит к другой, порождаемой ассоциациями мыслей в соответствии с некоторым сплетением следов в клетках головного мозга» [3].

Гипертекст обеспечивает функционирование большого объема информации в электронном пространстве. Коммуникация осуществляется в условиях множественного, фрагментарного дискурса, который постоянно разрастается и осваивает новые форматы (текст перестает быть только текстом, видео и звук являются его неотъемлемыми частями). Текст становится креолизованным. Все это наводит на мысль о влиянии философии постмодернизма на современную коммуникацию [4]. Гипертекст становится как бы следствием и основным выражением идей этой философии.

Важной особенностью гипертекста, сближающей его с постмодернизмом, является так называемая «имманентность» – образно говоря, срастание сознания со средствами коммуникации и способность мгновенно осваивать все новые и новые коммуникационные средства. Гипертекст рождается в попытках использовать компьютер в науке и литературе, в результате компьютер становится неотъемлемой частью среды сообщения [5].

Цель работы. В нашей работе мы сделали попытку выявить и описать некоторые особенности гипертекста, отличающие его от традиционного печатного текста с позиции общей теории текста.

Основной материал. Несмотря на то что идея гипертекстуальности не нова, современный (компьютерный) гипертекст принципиально отличается от гипертекстов досетевого эпохи тем, что указанная совокупность референтных текстов, т.е. текстов, связанных с основными (воспринимаемыми) текстами ссылочным аппаратом, находится в зоне непосредственной досягаемости реципиента (очевидно, что соединение текстов и мгновенный доступ к различным произведениям технически осуществимы только на компьютере).

Если говорить о гипертексте с лингвистической позиции, то более уместным будет назвать способ организации субтекстов (сегментов) в гипертексте не нелинейным, а мультилинейным. Дело в том, что, с одной стороны, любой гипертекст состоит из линейных субтекстов; с другой стороны, в действительности последовательность прочтения отдельных субтекстов зачастую оказывается заданной автором с помощью встроенных ссылок. Вот пример с Веб-страницы Dresdner Bank. Встроенные ссылки hier отсылают к референтным (зависимым от воспринимаемого) текстам. Мы полагаем, что игнорирование ссылок приведет к снижению информативности текста.

„In den gegenwärtig rund 220 Branchen-Reports finden Sie komprimierte Daten, Informationen und Prognosen zu den lang- und kurzfristigen Angebots- und Nachfragetendenzen in einer Branche, zur Bedeutung der Branchenzyklik, zu Wettbewerbskonstellationen, zur Ertragslage sowie zu Geschäftsmodellen und aktorsbezogenen Marktstrategien. Das Muster eines Branchen-Reports finden Sie hner. Das gesamte Spektrum der Branchen-Reports können Sie für derzeit jährlich rund 2.050,- Euro plus MwSt. abonnieren oder aber einzelne Reports für derzeit rund 20,- Euro plus MwSt. beziehen. Eine Liste der Branchen, für die wir Reports erstellen, finden Sie hier.“

(фрагмент текста взят с сайта

http://www.dresdner-bank.de/content/02_finanzinformationen/03_economic_research/index.html)

Другой важной особенностью гипертекста является его интерактивность. Пользователь имеет возможность вступать во взаимодействие со средством коммуникации. Зачастую на Веб-странице можно найти предложение отправить автору электронное послание или написать комментарий на статью, опубликованную в электронном издании.

Für weitere Informationen:

Dip./-Ing. Erwin Matys

product management consulting

Wasnergasse 21 Top5

1200 Vienna, Austria Telefon: 43-1-3748650 Fax: 43-1-3748650

E-mail: erwin(fi)matys.at

URL: http://www.matys.at

(иллюстрация с <http://www.markefing.de/artikel/show.php?artikel=6>)

Мы заметили, что еще одним важным принципом организации текста в Интернете является принцип ступенчатого развёртывания текста. Схема развёртывания выглядит следующим образом: заголовок (ссылка) – заголовок с аннотацией – часть текста (несколько частей могут открываться последовательно) – полный текст.

Одной из главных категорий текста считается связность. В работах немецких ученых различают когезию – поверхностную линейную структуру текста как последовательность сочетания предложений и когерентность, описывающую смысловую связность текста [6]. Отечественные лингвисты отождествляют эти два понятия и говорят о структурной, смысловой и коммуникативной целостности текста [7].

По нашим наблюдениям, структурная целостность осуществляется в гипертексте посредством эксплицитных связей, большей частью рекуррентных. Под рекуррентией понимают связь, осуществляемую с помощью би-поликомпонентного коннектора, компоненты которого состоят из одинаковых знаменательных слов [8].

При установлении коммуникативной целостности гипертекста, которая выражается в коммуникативной преемственности между его составляющими [7], ключевую роль играют гиперссылки. Хотя эти эксплицитные указания предполагают несколько вариантов в порядке прочтения отдельных частей (сегментов) гипертекста, их последовательность в значительной мере задана автором.

О смысловой целостности всего гипертекста говорить невозможно, т. к. она заключается в единстве темы, а отдельные связные сегменты гипертекста могут иметь различные темы.

Информативность гипертекста, как было показано выше, также связана с использованием ссылок. С одной стороны, она зависит от использования ссылок получателем гипертекста при его прочтении, с другой стороны – от того, насколько быстро можно найти необходимую информацию с помощью предлагаемых

автором ссылок. Было замечено, что информативность гипертекста повышается благодаря выделению цветом узлов, которые уже были прочитаны.

Выводы. Итак, гипертекст предстает как сложное явление современной человеческой коммуникации, являющееся объектом изучения различных наук – социологии, информатики и, конечно, лингвистики.

Концепция гипертекста, используемая и ранее, с появлением компьютера получила наиболее широкое применение.

Как способ коммуникации гипертекст имеет ряд характерных особенностей, таких как мультилинейная структура и интерактивность, а также имманентность.

Эти особенности, по нашему мнению, дали основание некоторым исследователям говорить о «постмодернистском» характере гипертекста.

Итак, подчеркнем, что текстуально-лингвистические особенности гипертекста являются в большей или меньшей степени отличными от характерных особенностей традиционного текста. Это открывает широкую перспективу для лингвистических исследований в этом направлении в целом.

Литература:

1. Kuhlen R. Hypertext. Ein nicht-lineares Medium zwischen Buch und Wissensbank. – Berlin, Heidelberg, 1991.
2. Lobin H. Text im digitalen Medium. Linguistische Aspekte von Textdesign, Texttechnologie und Hypertext Engineering. – Opiaden, Wiesbaden, 1999.
3. Эпштейн В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. – <http://www.ipu.rssi.ru/publ/epstn.htm>.
4. Вайнштейн О.Б. Homo deconstaictivus: философские игры постмодернизма, Апокриф.- 1993. – N 2.
5. Купер И.Р. Гипертекст как способ коммуникации. – [http://www.nir.ni'socio/scipiibl/si/s\) 1-2-00kupei.html](http://www.nir.ni'socio/scipiibl/si/s) 1-2-00kupei.html)
6. Vater H. Einführung in die Textlinguistik. – München, 1992.
7. Москальская О. И. Грамматика текста. – М., 1981.
8. Каменская О. Л. Текст и коммуникация. – М., 1990.