СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. Нелинейное представление информации

2. Понятие и использование гипертекста в коммуникациях

2.1 Гипертекст и процесс коммуникации

2.2. Специфика гипертекста

2.3. Гиперссылки

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

#

# ВВЕДЕНИЕ

В эпоху современных информационных технологий новые формы коммуникации получают стремительное распространение. Наряду с привычным 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 настоящем 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.

# 1. Нелинейное представление информации

Нелинейное и линейное представление информации представляют собой две стороны мыслительных способностей человека, т.к. следы мысли, представленные в письме, обретают способность к самостоятельной жизни. Разница в том, что линейный текст имеет чёткую последовательность, а нелинейный (гипертекст) – мозаичную структуру. Интерпретация уравнивает в правах и текст, и гипертекст, т.е. оба эти явления нечто интерпретированное, и в процессе интерпретации рождается новое содержание и новый смысл, отличные от первоначального авторского замысла. Структурированные авторские мысли в линейном тексте понимаются читателем в процессе мыслительного диалога и интерпретируются с опорой на фоновые знания и интеллектуальный опыт. Гипертекст, помимо текстовой интерпретации (что сближает его с текстом) линеаризируется и структурируется согласно читательскому прочтению и авторскому замыслу одновременно. Таким образом, при чтении гипертекста происходит процесс двойной интерпретации – авторского замысла структуры и авторского замысла смысла.

Также линейность и нелинейность информации иллюстрируется понятием «мультимедиа». Мультимедиа может быть грубо классифицировано как линейное и нелинейное.

Аналогом линейного способа представления может являться кино. Человек, просматривающий данный документ никаким образом не может повлиять на его вывод.

Нелинейный способ представления информации позволяет человеку участвовать в выводе информации, взаимодействуя каким-либо образом со средством отображения мультимедийных данных. Участие человека в данном процессе также называется «интерактивностью». Такой способ взаимодействия человека и компьютера наиболее полным образом представлен в категориях компьютерных игр. Нелинейный способ представления мультимедийных данных иногда называется «гипермедиа».

В качестве примера линейного и нелинейного способа представления информации, можно рассматривать такую ситуацию, как проведение презентации. Если презентация была записана на пленку и показывается аудитории, то при этом способе донесения информации просматривающие данную презентацию не имеют возможности влиять на докладчика. В случае же живой презентации, аудитория имеет возможность задавать докладчику вопросы и взаимодействовать с ним прочим образом, что позволяет докладчику отходить от темы презентации, например, поясняя некоторые термины или более подробно освещая спорные части доклада. Таким образом, живая презентация может быть представлена, как нелинейный (интерактивный) способ подачи информации.

# 2. Понятие и использование гипертекста в коммуникациях

## 2.1. Гипертекст и процесс коммуникации

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.

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.

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. Потоки 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».

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. 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.

Несмотря на то, что идея гипертекстуальности не нова, современный (компьютерный) гипертекст принципиально отличается от гипертекстов досетевой 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.

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.

## 2.2. Специфика гипертекста

Специфика гипертекста как определенной модели текста заключается как в нелинейности его построения, так и восприятия. К основным композиционным принципам построения гипертекста относят:

1. дискретность подачи информации, то есть отсутствие непрерывности;

2. нелинейность;

3. антропоцентричность, или субъективизм в отношении коммуникативной завершенности гипертекста;

4. «демократичность» – отдельные части гипертекста, в зависимости от позиции, избранной читателем, могут служить и началом, и завершением одновременно.

Часто понятие гипертекста связывают с понятиями интертекстуальности и интертекста. Под интертекстуальностью понимают многомерную связь отдельного текста с другими прецедентными текстами – по линиям содержания, жанрово-стилистическим особенностям, структуре, формально-знаковому выражению.

Под интертекстом понимается основной вид и способ построения художественного текста, состоящий в том, что текст строится из цитат, реминисценций и аллюзий к другим текстам. Интертекст и гипертекст представляют собой системы текстов, отличающиеся друг от друга выраженностью связей между текстами. И интертекст, и гипертекст содержат ссылку на другой текст, но в первом случае эта ссылка присутствует имплицитно, а во втором – эксплицитно. Ссылка на своего предшественника в интертексте неразрывно связана с канвой всего повествования в целом, т.е. не может быть обойдена читательским вниманием. Ссылка в гипертексте не предполагает наличия прецедентного текста, она более «демократична», адресат может обратиться к ней, а может и проигнорировать.

Особенность гипертекста как структуры заключается в способности, сохраняя сетевой характер, переходить в форму упорядоченной по смыслу последовательности высказываний, в форму текста. В то же время гипертекст открыт для новых элементов и траекторий, которые не нарушают, а лишь обогащают его структуру. В гипертексте субъект самостоятельно движется по цепочке гипертекстовых связей, создавая свою информационную модель мироздания, создавая свой смысл данной модели.

## 2.3 Гиперссылки

Считается, 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. Отечественные лингвисты отождествляют эти два понятия и говорят о структурной, смысловой и коммуникативной целостности текста.

По наблюдениям специалистов, структурная целостность осуществляется в гипертексте посредством эксплицитных связей, большей частью рекуррентных. Под рекурренцией понимают связь, осуществляемую с помощью би-поликомпонентного коннектора, компоненты которого состоят из одинаковых знаменательных слов. При установлении коммуникативной целостности гипертекста, которая выражается в коммуникативной преемственности между его составляющими, 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.

Гиперссылка является основополагающим структурным элементом гипертекста, средством связи между его фрагментами. Понятие гиперссылки становится существенным для понимания связности и цельности гипертекста в среде Интернет. В пределах гипертекстовой ссылки различают: а) источник ссылки – часть текста, текстовое или графическое изображение на экране, через активизацию которых вызывается новый текст или изображение на экран; б) объект ссылки – новый текст или изображение, появляющиеся в результате активизации ссылки.

Способы организации, реализации и количество гиперссылок не ограничены. Гиперссылкой может стать любой элемент текста. Но, как правило, в качестве связки двух информационных единиц между собой выступают ключевые значимые номинативные слова (существительные, глаголы), словосочетания, предложения. Реже используются указательные местоимения.

В лингвистике выделяют два основных типа гиперссылок: синтагматические и парадигматические. Синтагматические гиперссылки устанавливают связи между семантически близкими текстонами. Парадигматические гиперссылки лишь намечают общее семантическое поле текстонов гипертекста, им может быть совершенно несвойственна семантическая близость.

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.

#

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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.

#

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ильина И.А. Особенности проявления текстовых категорий в гипертексте / И.А. Ильина // Вестн. МГУ. Сер. 9, Филология. – 2004. – № 4.
2. Купер И.Р. Гипертекст как способ коммуникации / И.Р. Купер // Социологический журнал. – 2005. – №1-2.
3. Махов А.С. Понятие гипертекста и история его возникновения / А.С. Махов // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – 2007. – №5.
4. Мультимедиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Мультимедия
5. Саенко А.Н. Особенности гипертекста как предмет лингвистического анализа [Электронный ресурс] / А.Н. Саенко. – Режим доступа: http://www.nbuv.gov.ua/Articles/KultNar/knp49\_1/knp49\_1\_194-196.pdf