

## О категориях гипертекста

*Т. И. Рязанцева*

Центр партнерской сети «Институт Пушкина» в Вене,  
Австрия, 1030, Вена, Эстеплатц, 5/7

**Для цитирования:** Рязанцева, Т. И. (2019). О категориях гипертекста. *Медиалингвистика*, 6(3), 327–340. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.304>

Статья посвящена сравнению категорий гипертекста с традиционно выделяемыми категориями текста. Потребность в применении параметров и категорий лингвистического анализа к электронной письменности обусловлена необходимостью изучить, как повлияла смена носителя текстовой информации на организацию содержания и формы традиционного текста. Рассматриваются как технологически независимые, так и технологически обусловленные свойства текста, функционирующего в условиях гипертекста. Обнаружено, что хотя замена непосредственного (аффективного) способа передачи информации на инструментальный (технологический) существенным образом увеличивает роль и обратное влияние адресата на содержание сообщения, роль электронного кода тем не менее вторична по отношению к концептуальной сущности гипертекста. Принципиальные отличия гипертекста от традиционного текста заключаются в значительной модификации принципов иконичности. Лингвистическое понимание гипертекста состоит в обобщении его технологически независимых свойств, в связи с этим предложено положить в основу членения гипертекста гипотекстовую структуру, которая господствует над абзацной. Предлагается категоризация, основанная на содержательных, формальных, функциональных и прагматических принципах, которая освещает проблемы гипертекста с позиций его порождения и восприятия. Устанавливаются три группы категорий гипертекста: содержательные (содержательный изоморфизм, многоуровневая семантическая иерархия), формально-структурные (сетевая организация, нелинейность, фрагментарность, структурный изоморфизм, виртуальность), а также функционально-прагматические (интерактивность, информационная экстраполяция и мультимедийность). В ходе анализа обнаружено, что замена непосредственного (аффективного) способа передачи информации на инструментальный (технологический) увеличивает роль и обратное влияние адресата на содержание сообщения. Однако роль электронного кода по отношению к концептуальной сущности гипертекста остается вторичной.

*Ключевые слова:* категории гипертекста, семантическая иерархия, сетевая связность, нелинейность, интерактивность

**Постановка проблемы.** В условиях информационного общества осознается необходимость применения параметров и категорий лингвистического анализа к электронной письменности, а также изучения степени влияния смены носителя текстовой информации на ее содержание, параллелей и различий между традиционным текстом и гипертекстом. Под гипертекстом мы понимаем особый вид письменной коммуникации, особую форму организации письменного текста, опосре-

дованную компьютерной средой и характеризующуюся процессом нелинейного письма и чтения [Рязанцева 2010: 6]. Гипертекст представляет собой лингвистический уровень «над текстом», на котором для связывания элементов используются особые формы, обусловленные современными информационными технологиями. Функционируя, с одной стороны, в соответствии с традиционными принципами соположения языковых единиц более низкого уровня, гипертекст, с другой стороны, представляет более новый способ коммуникации, где имеются свои, отличные от текстовых, законы порождения и восприятия.

Лингвистическая категоризация — это разделение обширной совокупности однородных языковых единиц на ограниченное число непересекающихся классов, члены которого характеризуются одним и тем же значением данного признака [Ахманова 1969: 190]. Один из важнейших и наиболее изученных типов языковых категорий — грамматические категории — выступает как замкнутая система взаимоисключающих грамматических значений. Категоризация гипертекста как сложного многоуровневого лингвистического объекта предполагает менее формальный, междисциплинарный подход. Многомерность гипертекста как объекта исследования не препятствует возможности установления его общих признаков, свойств и характеристик, как структурных, так и функциональных. Под категориями гипертекста мы понимаем наиболее общие и обязательные информационные, коммуникативные и структурно-лингвистические свойства и параметры, которые отличают его от обычного текста.

Лингвистические исследования категорий гипертекста находятся в начальной стадии, и их перечень все еще остается открытым. Ввиду сложности исследования цельных речевых произведений до сих пор еще не выработана единая общепринятая точка зрения на категоризацию текста, хотя текст изучается с древнейших времен [Кубрякова 1987]. Тем не менее большинство исследователей сходятся в выделении двух основных признаков речевых произведений — связности и цельности.

Рассмотрение основных категорий гипертекста невозможно без сравнения с категориями, выделяемыми в теории текста [Валгина 2003]. Основной задачей является выяснение сходств и различий в способах обеспечения связности и цельности этих двух объектов с учетом того факта, что смысловая цельность гипертекста осуществляется за счет навигации по гиперссылкам [Рязанцева 2008]. В настоящем исследовании предлагается категоризация гипертекста, которая основана на информационных (содержательных), психологических (продуктивно-креативных), прагматических (рецептивно-интерпретационных) и структурных (организационно-композиционных) критериях.

**История вопроса.** С момента возникновения термина «гипертекст» в работах Теодора Нельсона [Nelson 1988] были проведены исследования его коммуникативной значимости [Conclin 1987 и др.], а также его роли как основы новой информационной среды [Horn 1989; Bolter 1991; Субботин 1994; Купер 2000 и др.].

Известный лозунг Маклюэна «Средство коммуникации есть сообщение» — «The medium is the message» [McLuhan 1975] выражает идею определяющей роли информационной среды в процессах мышления и познания. Его теория ремедиации гласит, что именно технологические характеристики канала передачи информации определяют ее характер, создание и восприятие сообщения. Последователь-

ная смена способов кодирования и передачи информации в ходе исторического развития общества от устного распространения до появления компьютерных сетей и составляет ее сущность, собственно ее содержание.

Применяя теорию ремедиации к гипертексту, зарубежные исследователи ставят во главу угла интерактивность. Если компьютерная среда обладает возможностью осуществлять обратную связь, то это означает, что опыт коммуникации человека со средой можно определить как «принадлежность канала передачи информации», коммуникативный акт, поскольку, хотя гипертекстовая технология и разработана интеллектом человека, она выступает в данном случае как самостоятельный участник коммуникации [Bolter, Grusin 1999]. Таким образом, в медиалогии гипертекст рассматривается как основа современного коммуникационного процесса. Медиа ставится в один ряд с социальными и психологическими факторами, обуславливающими циркуляцию информации, а технологические характеристики в конечном счете выступают на первый план (см., например: [Murray 2000]).

При этом часто упускают из рассмотрения тот факт, что возникновение электронной коммуникации не означает исчезновения всех других предшествовавших ей форм, которые частично переносятся в новую гипертекстовую среду, а интерактивность и медийность не являются уникальным свойством компьютерной среды. Поэтому более продуктивным подходом к категоризации гипертекста представляется идея нелинейности как важнейшей категории гипертекста. Категория нелинейности определяется как возможность множественного выбора развития сюжетно-тематического потока, которая обусловлена сегментацией и иерархической ассоциативной атрибуцией фрагментов [Bush 1945]. Именно нелинейный процесс создания и восприятия письменной коммуникации формирует новую риторику и новую функциональную стилистику гипертекста. Этот процесс создает семантическую сеть взаимосвязанных гипотекстов как в рамках замкнутой системы [Стройков 2017], так и в открытой, бесконечно развивающейся «вселенной документов» — «docuverse» [Nelson 1988].

**Описание цели, задач, методики исследования.** Цель статьи — систематизация категорий гипертекста в сравнении с категориями текста на основе логического, лингвистического и дискурсивного анализа гипертекстовых массивов. Категоризация — неотъемлемая часть лингвистического исследования, это понятие восходит еще к Аристотелю. Установление категорий гипертекста проводится методом понятийного анализа замкнутой системы значений универсальных признаков безотносительно к способу выражения в конкретном языке. Методом интерпретации и контекстуального анализа с применением лингвистического обобщения устанавливаются классифицирующие категории гипертекста, которые включают семантико-синтаксические, продуктивно-креативные, рецептивно-интерпретационные и организационно-композиционные дифференциальные признаки. Модифицирующие категориальные признаки анализируются на основе оппозиции с традиционным текстом.

**Анализ материала.** Рассмотрим подробнее категории, обычно выделяемые в теории текста, в сравнении с категориями гипертекста. Прежде всего необходимо сравнить семантико-синтаксические (содержательные) категории. Как известно, к содержательным категориям текста относят смысловую цельность и информационную насыщенность.

Смысловая цельность (когезия) текста обусловлена глобальной связностью путем использования повторной номинации через ключевые слова, синонимы и обозначение ситуативно связанных денотатов. Взаимодействие лингвистических единиц в привычном бумажном тексте реализуется согласно принципам иконичности [Козлова 2015], и единство сюжетно-тематического потока в нем обеспечивается за счет соблюдения принципа дистанции, который регулирует пространственный порядок упоминания близких денотатов: чем теснее концептуальные связи, тем ближе расположены лингвистические единицы.

В электронном гипертексте принцип дистанции нарушается, и смысловая цельность поддерживается за счет реализации принципа иерархии. Именно категория семантической иерархии — основа смысловой цельности гипертекста. Многоуровневая иерархия денотатов в нем обеспечивается наличием системы связей, которые «пронизывают» и упорядочивают сюжетно-тематический поток гипертекста. Он является многовекторным и может развиваться вариативно, в зависимости от выбора пользователя. Каждый читатель-пользователь «творит» собственный вектор развития сюжетно-тематического потока, выбирая всякий раз уникальную последовательность связей.

Рассмотрим принцип семантической иерархии на примере организации электронного учебного пособия «Язык и гражданское общество» — «Language and Civil Society» (<http://ericir.syr.edu>). В его структуре заложено пять уровней иерархии. Гипотекст-введение (верхний уровень) организован вокруг ключевых слов, по которым осуществляются гиперссылки на следующий уровень: *social responsibility u ethical behaviors*. На следующем уровне помещен гипотекст, предоставляющий доступ к материалам по этическим проблемам бизнеса. В свою очередь, ключевыми словами, связывающими этот гипотекст с гипотекстами более низких уровней иерархии, являются *business ethics, content-based language teaching approach, chapters, activities*. На четвертом уровне мы видим такие иерархические детализирующие связи, как *business ethics — business ethics education; ELT around the world — ELT worldwide; ethical decision-making — improve communication and understanding*.

Гипотекст следующего уровня раскрывает основной принцип обучения через обсуждение проблемных вопросов: *ethical problems of business — definition of business ethics; civil societies — contexts where citizens discuss such issues — contexts relevant to the students*. Интересно, что на самом низком уровне иерархии гиперссылки и связи уже не присутствуют эксплицитно в теле гипотекста.

Итак, категория многоуровневой семантической иерархии реализуется через систему разнообразных связей между гипотекстами, что приводит к образованию принципиально иной текстовой модели — древовидного графа. При этом категориальный признак иерархии находится в оппозиции с признаком стихийности. Стихийной является всеобъемлющая асимметричная и неструктурированная модель гипертекста. Иерархической — так называемая исключаяющая модель типа когнитивной карты, позволяющая систематически организовывать и упорядочивать его структуру.

Вторая содержательная категория текста — *информационная насыщенность*. Это объективная категория, которая отражает общее количество информации в тексте и связана с асимметрией языкового знака: количество языковых знаков заданно меньше, чем количество информации, заключенной в нем. Повышение ин-

формационной насыщенности текста основано на принципе семантической экономии, т. е. импликации (семантическое свертывание). Снижение информационной насыщенности, напротив, обычно является следствием семантической избыточности, т. е. представления одних и тех же смысловых элементов с помощью различных знаков (семантическое развертывание). Оптимальное семантическое наполнение текста определяется сочетанием свертывания и развертывания информации в соответствии с потребностями целевой аудитории. Информационная насыщенность реализует иконический принцип количества, т. е. такой компрессии плана выражения, при которой полностью сохраняется план содержания.

Что же происходит с принципом количества в гипертексте? Уже упоминавшееся электронное учебное пособие «Язык и гражданское общество» — это строго упорядоченный гипертекст дидактического жанра. В каждой главе раздела предусмотрен гипотекст, демонстрирующий возможное развитие темы главы. В сущности, он представляет собой краткую аннотацию и отсылки к другим методическим материалам, выходящим за рамки данного пособия: принятие решений, установление дружеских отношений, сотрудничество, разрешение конфликтов. Каждое описание строго унифицировано, оно начинается с фраз: *This lesson expands students' awareness of...*; *This lesson helps/allows students to...*; *This site offers...* Затем следуют описания цели или задания урока: *The goal of the lesson is...*; *The lesson provides students with...*; *The lesson allows students to think/compare/discuss...* ([http://ericir.syr.edu/Virtual/Lessons/Social\\_St/Psychology](http://ericir.syr.edu/Virtual/Lessons/Social_St/Psychology)). В электронном пособии имеется возможность перехода по ссылке на эти ресурсы и наращивания за их счет содержания. Сайты, на которые даются ссылки, в свою очередь, могут послужить отправной точкой для дальнейшего поиска материалов.

Сжатие вербальной составляющей текста (принцип количества) оказывается избыточным, так как процесс экстраполяции гипертекста за счет реализации гиперссылок может продолжаться неограниченно долго. Это означает, что в гипертексте принцип количества нарушается и заменяется на принцип экстраполяции, т. е. возможность практически неограниченно наращивать гипотексты через установление новых одноуровневых, иерархических, модульных и междисциплинарных связей. Информационная ценность гипертекста реализуется не за счет сжатия, а за счет неограниченной экстраполяции. Эту категорию гипертекста можно обозначить как с о д е р ж а т е л ь н ы й и з о м о р ф и з м .

Ф о р м а л ь н о - с т р о е в ы е категории текста неразрывно связаны с его содержательными (смысловыми) категориями. Рассмотрим их подробнее в сравнении с гипертекстом.

Главной структурно-строевой категорией текста является его формальная связность (когерентность). Она основана на линейной упорядоченности знаковых единиц разного объема и сложности, таких как высказывания и межфразовые единства. Таким образом, локальная связность текста — это связность именно линейных последовательностей с помощью дискурсивных маркеров.

В гипертексте последовательная связность близких денотатов необязательна, так как они дополняются сетевой организацией связности гипотекстов, которая характеризует взаимоотношения одного уровня иерархии. В следующих примерах из проекта Дж. Ландау «The Victorian Web» ([www.victorianweb.org](http://www.victorianweb.org)) можно выделить связи, уводящие вверх на один уровень или более (*The French Revolution, Lamark*),

связи сетевого характера (*Evolution, progress and natural laws*) и связи, уводящие на один уровень иерархии вниз (*The Bridgewater Treatises, Robert Chambers and Vestiges, Charles Darwin*).

Сетевая связность объединяет цепочку гипотекстов общей идеей *materialist forms of science* в такие концептуальные ряды, как: 1) *Victorian science — materialist forms of science — non-literal interpretations of Genesis*, или 2) *Victorian science — non-literal interpretations of Genesis — Geology*, или 3) *non-literal interpretations of Genesis — geology — biology*, 4) *Victorian science — non-literal interpretation of Genesis — biology — geology — Darwin — the theory of evolution*. Последний ряд дает возможность возвратиться на уровень выше: *Biology — biblical criticism* (<http://www.victorianweb.org/history/sochistov.html>).

Итак, категория сетевой связности гипертекста есть связь разнородных денотатов через гиперссылки, поскольку в сетевой системе каждый узел доступен, т. е. связан с любым другим узлом одной связью.

Следующей категорией нашего рассмотрения является линейность/нелинейность. Наряду с принципом дистанции, гипертекст нарушает и принцип единства пространственно-временной организации, господствующий в привычном тексте. Бумажный текст существует в условиях замкнутого ограниченного пространственно-временного развертывания. Материализуясь на бумаге, он ограничен физическими параметрами печати и становится конечной линейной системой. Упорядоченная поверхностная структура текста реализует иконический принцип последовательности: пространственно-временная протяженность событий в языковой цепи отображается линейно. Расположение записей в последовательном порядке друг за другом не предусматривает каких-либо ссылок, указателей на связи между ними. Каждая новая запись помещается непосредственно за последней записью.

В гипертексте линейная последовательность элементов разрушается и заменяется принципом нелинейности. В нелинейных структурах записи одного информационного объекта необязательно располагаются друг за другом на одной странице, но обязательно содержат ссылки на следующую запись или на связанные записи других информационных объектов (древовидные структуры). Они включают поля указателей, где размещаются адреса связанных записей.

Например, логично было бы предположить, что развертывание повествования в историческом проекте «The Victorian Web» должно быть обусловлено хронологией описываемых событий. В реальности, однако, обнаруживаются нелинейные связи между гипотекстами, которые, по замыслу авторов, должны способствовать пересмотру взгляда на историю как цепь последовательных событий. Эти связи прослеживают, например, идею вызова общественному мнению и религиозным догмам своего времени: *The Origin of Species — the most famous but not the most important of the challenges to faith. The first of the great challenges to orthodox Christianity — the most successful exposition of the doctrine of evolution — the literal text of Genesis and the argument of Design challenged* (<http://www.victorianweb.org/vn/victorov.html>).

Лингвистическое понимание линейности/нелинейности основано на противопоставлении катафоры и анафоры. Катафорические отношения между лингвистическими единицами, при которых элемент с отсылающим значением является линейно предшествующим, преобладают в традиционном бумажном тексте.



Анафорические отношения, при которых в смысл одного выражения входит отсылка к другому, преобладают в гипертекстовых системах. Они возникают при отсутствии непосредственной синтаксической связи между языковыми единицами, при этом исходный отсылающий гипотекст является антецентом, а отсылаемый — анафором. Анафорическая референция в гипертексте осуществляется через гиперссылки.

Соотношение анафорических и катафорических отношений в гипертексте можно проследить на примере «*Politexts, Hypertexts, and Other Cultural Formations in the Late Age of Print*» Нэнси Каплан ([http://www.ibiblio.org/cmc/mag/1995/mar/hyper/E-literacies\\_612.html](http://www.ibiblio.org/cmc/mag/1995/mar/hyper/E-literacies_612.html)). Рассматриваемый гипертекст состоит из 35 гипотекстов, связанных между собой 180 связями. Исходный гипотекст вводит основное понятие, которое будет рассматриваться в исследовании, — электронная грамотность. Автор дает двоякое толкование этого понятия: как навыка написания и чтения электронных текстов — *reading and writing processes specific to electronic texts* и как показатель принадлежности к социально-экономической элите, имеющей доступ к компьютерным технологиям, — *elite-racies as in those socio-economic elites*. Он открывает множественный доступ (*Ways to Go*) к другим гипотекстам, который читатель должен реализовать самостоятельно: *The Academic Dispute | What's At Stake | Way In / Way Out | Definitions of Strange Locutions*.

Реализуя любое из предлагаемых отношений, мы обнаружим, что прямая синтаксическая связь с предшествующим гипотекстом в них отсутствует, а скреплены они оказываются по принципу концентрических кругов: *e-literacies = elite-racies: reading and writing processes specific to electronic texts* — эти ссылки направляют нас к другому, более общему определению того же понятия: *e-literacies — the knowledge and skills required to make marks in an electronic age with electronic devices*.

Синтаксическая связь никак не выражена ни в логико-смысловом, ни в синтаксическом отношении. Она прослеживается только в отсылаемом по гиперссылке гипотексте. Мы видим, что анафорический (отсылочный) принцип связывания господствует над катафорическим (линейно-синтаксическим). Таким образом, непосредственная адресация гипотекстов обеспечивает более эффективный, чем в линейных структурах, доступ к данным, причем чаще всего используется иерархическая древовидная структура.

Следующая формально-строевая категория текста — членимость, т. е. возможность выделения в нем знаковых единиц различного объема и сложности из линейных упорядоченных последовательностей (Гальперин 1983). Как известно, в результате членения текста устанавливаются его основные смысловые единицы — высказывание и сверхфразовое единство, а также соответствующие формальные единицы — предложение и абзац.

В отличие от текста гипертексту свойственны постоянные «перебивки» сюжетно-тематического потока (дискретность) за счет реализации ассоциативных связей. Предельной единицей членимости гипертекста является гипотекст [Рязанцева 2008]. Гипотексты отличаются достаточно однотипным строением. Традиционные средства линейного синтаксического связывания, такие как маркеры противопоставления, добавления, перечисления, работают исключительно внутри гипотекста. Однако между гипотекстами такие маркеры отсутствуют, а вектор прочтения гипотекстов никак не обозначен в их внутреннем строении.

Рассмотрим примеры гипотекстов электронного научного проекта «Hypertext style» ([www.htmlhelp.com/design/style/](http://www.htmlhelp.com/design/style/)). Читателю предлагается выбрать один из нескольких возможных путей развития сюжетно-тематического потока в зависимости от того, переход по какой гиперссылке он изберет: либо продолжить чтение исходного гипотекста, либо прервать его и перейти на отсылаемые гипотексты: *the problem of navigation; hypertext analysis* или *design tips for authoring*. При этом в зависимости от избранного пути проекция проекта будет члениться каждый раз строго индивидуально в сознании читателя. Аналогично при открытии исходного гипотекста читатель также может прервать процесс его чтения в следующих местах: *American Heritage Dictionary; navigating, As We May Think; Memex*. Интересно, что в этом примере практически все ссылки являются внешними: следование им может увести читателя далеко за пределы тематики проекта. В этом случае фрагментарность может быть существенно увеличена.

Таким образом, в гипертексте происходят процессы сегментации, доминирующие над традиционной абзацной структурой. Стереотипная структура предельной единицы — гипотекста — позволяет выделить другую важную категорию фрагментарности гипертекста. Категория фрагментарности — это свойство гипертекста, позволяющее манипулировать и осуществлять перестановки гипотекстов, их компрессию, экстраполяцию, репликацию и модификацию.

Если текст строится по принципу симметрии и централизации, то гипертекст, напротив, характеризуется открытостью и незаключенностью, отсутствием четко очерченных границ, маркеров начала и конца, центра и периферии. В гипертексте принцип симметрии нарушается. Открытость структуры, асимметрия, децентрализация, изменчивость, вариативность способов представления информации, незавершенность, множественность путей «входа» в процесс чтения и «выхода» из него — эти свойства характеризуют категорию структурного изоморфизма.

Проект Дж. Ландау «The Victorian Web» включает материал по истории Великобритании Викторианского периода. Он отличается как глубокой проработкой связности всех гипотекстов и узлов внутри самого проекта, так и значительным тщательно подобранным ссылочным аппаратом, благодаря которому устанавливаются связи с внешними источниками. Так, гипотекст *The Church of England* связан с другими гипотекстами внутри проекта. Он отправляет к гипотекстам, раскрывающим значение других религиозных течений Викторианской эпохи: *Catholicism, Puritanism, Presbyterian Church, Dissenters, Methodism* (<http://www.victorianweb.org/gender/genderov.html>). Эти гипотексты органично входят в состав проекта, и связи между ними являются одноуровневыми.

Задача этого раздела проекта Дж. Ландау — показать роль англиканской церкви исключительно в эпоху королевы Виктории. Таким образом, информация об истории и современном состоянии англиканской церкви выходит за рамки проекта. Однако в случае, если читатель интересуется этими вопросами, устанавливаются связи данного проекта с внешними источниками: *Related Web Resources — Church of England Official site, the Archbishop of Canterbury — Britannia's Guide to the British Church*. Если читатель следует внешним гиперссылкам, то в его проекции гипертекст может разрастаться практически неограниченно, так как эти внешние ссылки, в свою очередь, могут стать источником других и изменить в модели читателя его структуру.



Последняя в ряду структурно-строевых категорий — категория формата, которая неразрывно связана с предшествующей. Важной характеристикой этой категории является материальный физический носитель, т. е. несущая инфосистема. Основная медийная среда текста — бумажная форма, так как его существование происходит в реальном пространстве. Основным форматом репрезентации гипертекста — электронная форма, потому что существование гипертекста происходит в виртуальном пространстве компьютерной сети. В и р т у а л ь н о с т ь гипертекста обусловлена двойной системой кодирования сообщения — как в языковом, так и в бинарном цифровом коде.

Перейдем к сравнению функциональных категорий. К функциональным категориям относят лингвистические средства выражения смысловой структуры текста, т. е. авторскую модальность. Авторская модальность является важнейшим понятием как для текстообразования, так и для целостного восприятия и, по выражению В. В. Виноградова, «концентрированным воплощением сути произведения, объединяющим всю систему речевых структур» [Виноградов 1975: 84]. С позиции восприятия текста модальность можно рассматривать как субъективную информативность — степень его смысловой и содержательной новизны для читателя, которая заключена в авторской концепции, системе авторских оценок предмета мысли (так называемая категория читательской модальности).

Субъективная и объективная модальности привычного текста реализуются в одной и той же его модели: модель завершенного текста едина и неизменчива как для автора, так и для читателя, читатель не в состоянии осуществить такое обратное воздействие на текст, при котором он видоизменился бы. Читатель может по-разному интерпретировать текст, полностью или не полностью его декодировать, но он не может модифицировать авторское намерение, нарушить заданный автором сюжетно-тематический поток.

Отношения между гипертекстом, его автором-составителем и читателем-пользователем совершенно другие. Пользователю заведомо недоступна вся система гипертекста целиком: одновременно он может вызвать на экран монитора лишь какой-то его фрагмент-гипотекст. Парадокс состоит в том, что читатель может пользоваться гипертекстом, не представляя до конца, как он устроен и какова его структура. В этом смысле можно сказать, что у гипертекста существуют две модели — модель автора и модель пользователя [Рязанцева 2010]. Активируя гиперссылки и самостоятельно осуществляя множественный выбор путей навигации, читатель выбирает свой путь развития сюжетно-тематического потока.

В отличие от бумажного текста, гипертекст предоставляет читателю *возможность обратной связи*: последний получает инструмент активного воздействия на процесс чтения. Читатель-пользователь самостоятельно взаимодействует с сообщением, устанавливает связи между гипотекстами, локусы «входа» и «выхода» из процесса чтения, получает возможность компрессии, экстраполяции, репликации и варьирования. Такой характер взаимодействия между участниками коммуникации и сообщением мы называем интерактивностью. Результатом такого взаимодействия становится снижение роли авторской модальности, индивидуально-авторского намерения и отношения к сообщаемому. В этом смысле говорят, что гипертекст — это скорее продукт коллективного творчества, множественного

обратного воздействия на исходное сообщение: категория интерактивности занимает место категории авторской модальности.

**Прагматические категории.** Прагматический анализ текста связан с изучением коммуникативного акта и устанавливает информационную полезность, ориентируясь на типологию читательского адреса. К прагматическим категориям относят категорию информационной полезности текста, степень соответствия уровня фоновых знаний читателя уровню автора и степень полноты декодирования. Эта категория связана с прагматической пресуппозицией — теми компонентами смысла, которые заведомо известны адресату. Пресуппозиция вытекает из правил последовательности развертывания текста и наличия в нем нескольких информационно-структурных пластов.

Чем менее значимо линейное развитие сообщения, тем меньше значение пресуппозиции: отсутствующее фоновое знание читателя восполняется реферативно-отсылочным аппаратом гипертекста. Доступность восполнения информационных лагун путем активации аппарата ссылочных связей есть проявление дидактических свойств гипертекста как обучающей системы. Минимизация пресуппозиции, экспликация смыслов за счет активации гиперссылок и доступности больших массивов вербальной информации позволяют широко использовать гипертекст в целях обучения и самообразования. Это ценное свойство можно назвать категорией *дидактичности*, или прагматической ценности гипертекста.

Еще одна из сравниваемых прагматических категорий текста — *информационная компрессия*. Повторная номинация, смысловые ассоциации, различные виды интертекстуальности, цитатности, вторичных текстов — это примеры реализации категории информационной компрессии. Необходимость импликации во многом задана пространственной ограниченностью, конечностью объема текста, при этом импликация вызывает сложности при восприятии. Свойства гипертекста позволяют уйти от нежелательной импликации за счет информационной экстраполяции. Принципиальная технологическая возможность неограниченного наращивания, заложенная в идее гипертекста, снижает потребность в информационной компрессии и импликации. На первый план выходит категория *информационной экстраполяции*.

Последней из сравниваемых прагматических категорий гипертекста является *мультимедийность*. Соотношение вербальных и иконических знаков и изобразительных средств, передающих информацию, в тексте называют креолизацией [Анисимова 2003]. При этом чаще всего вербальная часть существует сравнительно автономно, а иконические компоненты служат лишь дополнительным средством. Таким образом, креолизация реализует технические возможности параллельного использования различных информационных сред и семиотических систем.

Технологические возможности компьютерной среды в развитии гипертекстовых технологий позволили не только сочетать возможности различных информационных сред, но и включать невербальные компоненты непосредственно в цифровой текст, что делает возможным, в частности, ориентирование с помощью интерфейса в виде «когнитивных карт». Пространство компьютерного экрана используется для того, чтобы более полно описать семантические отношения и структурные связи излагаемого материала. В этом смысле можно говорить уже

не о креолизации, а о мультимедийности, или «графической неоднородности», как важнейшей категории гипертекста [Дедова 2011: 51].

**Результаты.** Анализ содержательных, функционально-строевых, прагматических и функциональных категорий гипертекста показывает, что они определенным образом отличаются от соответствующих категорий текста.

Текст реализует принципы иконичности. К ним относятся:

1. Принцип последовательности, т. е. линейное отображение временной протяженности событий в языковой цепи.
2. Принцип дистанции, т. е. пространственная близость расположения лингвистических единиц, между которыми существуют наиболее тесные концептуальные связи.
3. Принцип количества, т. е. такое количественное соотношение между смысловыми и формальными единицами, при котором большее смысловое содержание соотносится с большим формальным выражением, и наоборот.
4. Принцип пространственно-временного единства развития сюжетно-тематического потока, т. е. конечность и замкнутость физической репрезентации.
5. Принцип симметрии построения и абзацного членения.

В гипертексте эти принципы подвергаются значительной модификации, а именно:

1. Принцип дистанции заменяется принципом семантической иерархии.
2. Принцип последовательности сменяется принципом сетевой организации.
3. Принцип количества переходит в принцип экстраполяции.
4. Принцип конечного пространственно-временного единства модифицируется в принцип неограниченного пространственно-временного развития.
5. Принцип симметрии замещается принципом асимметрии, а над абзацной структурой господствует гипотекстовая структура.

**Выводы.** В ходе исследования было показано, что лингвистическое понимание гипертекста состоит не столько в чисто технологических интерпретациях, сколько в обобщении его технологически независимых свойств. Замена непосредственного (аффективного) способа передачи информации на инструментальный (технологический) увеличивает роль и обратное влияние адресата на содержание сообщения. Однако роль электронного кода вторична по отношению к концептуальной сущности гипертекста.

Были установлены основные категории гипертекста: содержательный изоморфизм, многоуровневая семантическая иерархия (содержательные категории); сетевая организация, нелинейность, фрагментарность, структурный изоморфизм, виртуальность (формально-строевые категории); интерактивность, информационная экстраполяция и мультимедийность (функционально-прагматические категории) (таб.).

Таблица. Основные категории текста и гипертекста

Типовые категории	Основные категории текста	Основные категории гипертекста	
Содержательные (системные)	Информационная насыщенность (принцип количества)	Содержательный изоморфизм (принцип экстраполяции)	
	Смысловая цельность	Многоуровневая семантическая иерархия	
Формальные (структурно-строєвые)	Формальная связность близких денотатов	Сетевая связность разноудаленных денотатов	
	Линейность пространственно-временного развития	Нелинейность (принцип вариантности пространственно-временного развития)	
	Членимость (абзацная структура)	Фрагментарность (гипотекстовая структура)	
	Конечность	Структурный изоморфизм (принцип асимметрии)	
Функциональные	Реальный (бумажный) формат	Виртуальность (электронный формат)	
	Модальность	Интерактивность	
	Информационная полезность	Информационная компрессия	Дидактичность (прагматическая ценность)
		Информационная компрессия	Информационная экстраполяция
	Креолизация	Мультимедийность	

## Литература

- Анисимова, Е. Е. (2003). *Лингвистика текста и межкультурная коммуникация на материале креолизованных текстов*. Москва: Академия.
- Ахманова, О. С. (1969). *Словарь лингвистических терминов*. Москва: Сов. энциклопедия.
- Валгина, Н. С. (2003). *Теория текста*. Москва: Логос.
- Виноградов, В. В. (1975). О категории модальности и модальных словах в русском языке. В Виноградов, В. В. *Исследования по русской грамматике: избранные труды* (с. 53–87). Москва: Наука.
- Гальперин, И. Р. (1983). *Текст как объект лингвистического исследования*. Москва: Наука.
- Дедова, О. В. (2011). Мультимедийность и интерактивность как категории электронного гипертекста. В *Гипертекст как объект лингвистического исследования* (с. 48–64). Самара: ПССГА.
- Козлова, Л. А. (2015). Принцип иконичности и его манифестация в тексте. *Когнитивные исследования языка*, 21, 699–704.
- Кубрякова, Е. С. (1987). *Текст — проблемы понимания и интерпретации. Семантика целого текста*. Москва: Русский текст.
- Купер, И. Р. (2000). Гипертекст как способ коммуникации. *Социологический журнал*, 1/2, 36–57.
- Рязанцева, Т. И. (2008). *Теория и практика работы с гипертекстом*. Москва: Академия.
- Рязанцева, Т. И. (2010). *Гипертекст и электронная коммуникация*. Москва: ЛКИ.
- Стройков, С. А. (2017). Семантический анализ англоязычного электронного гипертекста. В *Гипертекст как объект лингвистического исследования* (с. 96–105). Самара: ПССГА.
- Субботин, М. М. (1994). Гипертекст как новая форма письменной коммуникации. *Итоги науки и техники. Сер. Информатика*, 18, 11–53.

- Bolter, J.D. (1991). *The writing space: the computer, hypertext, and the history of writing*. Hillsdale, NJ: L. Erlbaum Associates.
- Bolter, J.D., Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding the New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bush, V. (1945). As we may think. *Atlantic Monthly*, 176, 101–108.
- Conklin, J. (1987). Hypertext: an introduction and survey. *IEEE Computer*, 21(9), 17–41.
- Horn, R.E. (1989). *Mapping hypertext: the analysis, organization, and display of knowledge for the next generation of on-line text and graphics*. Lexington, Mass.: Lexington Institute.
- McLuhan, M. (1975). McLuhan's Laws of the Media. *Technology and Culture*, 16(1), 71–78.
- Murray, D.E. (2000). Protean Communication: The Language of Computer-Mediated Communication. *TESOL Quarterly*, 34(3), 397–418.
- Nelson, T.H. (1988). The call of the ocean: Hypertext, universal and open. *Hyberage*, 1–2, 127–134.

Статья поступила в редакцию 8 марта 2019 г.;  
рекомендована в печать 3 мая 2019 г.

Контактная информация:

Рязанцева Татьяна Игоревна — канд. филол. наук, доц.; [tiriazantseva@rambler.ru](mailto:tiriazantseva@rambler.ru)

## On categories of hypertext

T. I. Ryazantseva

Pushkin Institute Partnership network Centre in Vienna,  
5/7, Esteplatz, Vienna, 1030, Austria

**For citation:** Ryazantseva, T.I. (2019). On categories of hypertext. *Media Linguistics*, 6(3), 327–340. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2019.304> (In Russian)

The paper deals with the categories of hypertext as compared to the traditionally acknowledged categories of text. It treats both the technologically independent and technology-based properties of digital texts. Although the technological shift from the affective to the digital presentation leads to a significant growth of the role and impact of the addressee on the content of communication, nevertheless, the conceptual basis of hypertext is shown to be prevailing over its digital code-based properties. The essential distinction of hypertext from the paper-based text lies in the significant modification of the iconic principles and the predominance of the hypotext structure over the paragraph division. The author presents the systemic, formal, functional, and pragmatic categories as applied to the production and the reception hypertext representation models.

*Keywords:* hypertext categories, semantic hierarchy, network cohesion, non-linear structure, interactivity.

## References

- Akhmanova, O.S. (1969). *The Dictionary of linguistic terms*. Moscow. (In Russian)
- Anisimova, E.E. (2003). *Text linguistics and intercultural communication of creolized texts*. Moscow: Academia Publ. (In Russian)
- Bolter, J.D. (1991). *The writing space: the computer, hypertext, and the history of writing*. Hillsdale, NJ: L. Erlbaum Associates.
- Bolter, J.D., Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding the New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bush, V. (1945). As we may think. *Atlantic Monthly*, 176, 101–108.
- Conklin, J. (1987). Hypertext: an introduction and survey. *IEEE Computer*, 21(9), 17–41.
- Dedova, O.V. (2011). Multimedia and interactivity as categories of electronic hypertext. In *Hypertext as object of linguistic research* (pp. 48–64). Samara: PSSGA Publ. (In Russian)
- Gal'perin, I.R. (1983). *Text as an object of linguistic research*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)



- Horn, R.E. (1989). *Mapping hypertext: the analysis, organization, and display of knowledge for the next generation of on-line text and graphics*. Lexington, Mass.: Lexington Institute.
- Kozlova, L.A. (2015). The principle of iconism and its manifestation in text. *Kognitivnye issledovaniia iazyka*, 21, 699–704. (In Russian)
- Kubriakova, E. S. (1987). *Text — problems of understanding and interpretation. Semantics of whole text*. Moscow: Russkii tekst Publ. (In Russian)
- Kuper, I.R. (2000). Hypertext as a means of communication. *Sotsiologicheskii zhurnal*, 1/2, 36–57. (In Russian)
- McLuhan, M. (1975). McLuhan's Laws of the Media. *Technology and Culture*, 16(1), 71–78.
- Murray, D.E. (2000). Protean Communication: The Language of Computer-Mediated Communication. *TESOL Quarterly*, 34(3), 397–418.
- Nelson, T.H. (1988). The call of the ocean: Hypertext, universal and open. *Hyberage*, 1–2, 127–134.
- Riazantseva, T.I. (2008). *The Theory and Practice of working with hypertext*. Moscow: Academia Publ. (In Russian)
- Riazantseva, T.I. (2010). *Hypertext and electronic communication*. Moscow: LKI Publ. (In Russian)
- Stroikov, S. A. (2017). Semiotic analysis of electronic hypertext in English. In *Hypertext as object of linguistic research* (pp. 96–105). Samara: PSSGA Publ. (In Russian)
- Subbotin, M.M. (1994). Hypertext as a new form of written communication. *Itogi nauki i tekhniki. Ser. Informatika*, 18, 11–53. (In Russian)
- Valgina, N.S. (2003). *The theory of text*. Moscow: Logos Publ. (In Russian)
- Vinogradov, V.V. (1975). On the category of modality and modal words in Russian. In Vinogradov, V.V. *Research on Russian grammar* (pp. 53–87). Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Received: March 8, 2019

Accepted: May 3, 2019

#### Author's information:

Tatiana I. Ryazantseva — PhD, Associate Professor; tiriazantseva@rambler.ru