SOCIAL COMMUNICATIONS

Про поняття «роут» у контексті вивчення гіпертексту

М. В. Белла

Маріупольський державний університет, Маріуполь, Україна

Paper received 02.08.17; Revised 08.08.17; Accepted for publication 15.08.17.

https://doi.org/10.31174/SEND-HS2017-146V24-10

Анотація: У статті зазначається певна суперечливість в уявленні про реальні форми функціонування гіпертексту в комунікаційному середовищі. Автор пропонує термін «роут» для позначення віртуальної комбінації медіаблоків, що формується у процесі довільної навігації у межах медіафрагменту, забезпеченого гіперпосилальним апаратом. Роут у теорії гіпертексту покликаний відігравати ту ж роль, яку у теоріях традиційних текстів грає поняття інтерпретації.

Ключові слова: *гіпертекст, гіперпосилання, неконкурентна комунікація, фрагментарність, нелінійність, незавершеність, роут.*

Вступ. До теперішнього часу в науковій літературі накопичено безліч визначень гіпертексту, що відображають різні підходи до вивчення цього цікавого і складного феномена сучасної комунікативної практики. Як досить репрезентативний приклад наведемо цитату зі статті українського лінгвіста А.А. Загнітка: «… у тлумаченні гіпертексту (hypertext, der Hypertext) виходять з того, що у первинному розумінні гіпертекстом є інформаційна (комп'ютерно-підтримувана) технологія організації і застосування текстових матеріалів, що сполучає нелінійний, асоціативно-фрагментарний і сітковий принципи репрезентації інформаційного середовища з процедурами вільної навігації будь-якими нелінійними зв'язками, що зафіксовані в цьому середовищі» [2, с. 157].

Короткий огляд публікацій. Неважко переконатися, що наведений набір ознак гіпертексту присутній у більш-менш повному вигляді і в інших визначеннях: «Текст специфічної структури, що представляє інформацію у вигляді пов'язаної мережі гнізд, що з'єднані між собою нелінійними відносинами в багатовимірному просторі» [4, с. 16]. О. Дєдова зазначила, що нелінійність гіпертексту виражається в неможливості слідувати початково закладеному порядку інформаційних одиниць [1, с. 23]. Дослідник М. Форресте визначив гіпертекст як «спосіб зберігання і маніпулювання інформацією, при якому вона зберігається у вигляді мережі пов'язаних між собою вузлів» [Цит. по: 5, с. 14]. Деякі вчені доповнюють нелінійність іншими важливими особливостями гіпертексту, так, М. Субботін зазначає, що «в чистому гіпертексті немає ієрархічної структури, немає фіксованого початку і кінця; тут немає також і замкнутості, притаманної звичайному, лінійному тексту» [6, с. 32].

Наведених думок досить, щоб помітити певну суперечливість не стільки в розумінні = описі того, що є гіпертекст, скільки в уявленні про реальні форми його функціонування в комунікаційному середовищі. З одного боку, відсутність ієрархії, неможливість слідувати початково закладеному порядку, мережевий принцип розміщення інформації свідчить нібито на користь подання гіпертексту саме як способу зберігання інформації, тобто – переважно пасивного комунікативного ресурсу. З іншого боку, така характеристика гіпертексту, як інтерактивність, має на увазі певну активність суб'єкта сприйняття.

Мета. На наш погляд, у науці доки не вироблена методика взаємообліку двох іпостасей гіпертексту – його інформаційного потенціалу, з одного боку, і своєрідності обробки цього потенціалу аудиторією – з іншого. На перших підступах до вироблення такої методики буде корисно зіставити, як це часто робиться при такому аналізі, особливості функціонування гіпертексту і тексту в традиційному розумінні цього терміну, наприклад, тексту публіцистичного твору.

Результати та їх обговорення. Якщо говорити про спосіб існування публіцистичного твору в найзагальнішому, задовільному для наших цілей, вигляді, то недалеким від істини твердженням можна вважати те, що текст публіцистичного твору здійснюється в сукупності аудиторних інтерпретацій, як мінімум, не чужих певної ієрархії з точки зору їх близькості авторському задуму (див. концепцію «ідеального читача» Умберто Еко). Тільки безпосередньо у «живому» сприйнятті відбувається «дешифрування» закладеного автором змісту в текст. Отже, ланкою-посередником між потенціалом, закладеним у текст твору автором, і специфічними, індивідуальними запитами аудиторії слугує інтерпретація – одне з ключових, між іншим, понять в літературознавстві багатьох напрямів. Теорія гіпертексту доки не має відповідного поняття. Поки що можна тільки констатувати, що саме вживання терміну «розуміння» стосовно гіпертексту, з урахуванням перелічених вище його особливостей, представляється вкрай проблематичним. Що, однак, дозволяє дослідникам стверджувати, що: «У цілому, без комунікативної участі читача структура гіпертексту з його гіперпосиланнями залишається інформаційною, але не смисловою» [3, с. 53].

У цитованій статті розвивається думка, яка слушно враховує ключову роль аудиторії для змістоутворення при сприйнятті тексту. Проте, при цьому певною мірою необачно ситуація сприйняття гіпертексту практично прирівнюється до ситуації сприйняття тексту, наприклад, «Аліси в країні чудес». З одного боку, складно сперечатися з тим, що весь простір публіцистичного тексту пронизаний смисловою зв'язаністю, найчастіше надлишковою по відношенню до логічної послідовності фабули. З іншого боку, є очевидною неправомірність навіть в метафоричному сенсі уподі-

 ©M. V. Bella 2017

бнювати естетичні алюзії, імплікації і аналогії – гіперпосиланням гіпертексту. Таке зближення двох вербальних феноменів видається некоректним і заслоняє реальну проблему прояснення кордонів поняття, в нашому випадку, поняття гіпертексту.

Настільки ж нестійкими є відсилання до «нескінченності» гіпертексту. Із більшості висловлювань з цього приводу, незрозуміло, чи мається на увазі об'єктивна нескінченність, що сумнівно, оскільки факт існування безлічі гіпертекстів вказує на обмеженість / відмежованість кожного з них, або ж мова йде про нескінченні можливості навігації і, відповідно, формування нових і нових інформаційних блоків – в такому випадку, гіпертекст втрачає свою відмінність від, наприклад, публіцистичного твору, який так само допускає необмежену кількість інтерпретацій. Визначення гіпертексту як способу зберігання і маніпулювання інформацією також ледве витримує критику остільки, оскільки, по-перше, в принципі, збігається з описом однієї з функцій традиційного тексту, власне кажучи, як наслідок, втрачає специфіку самого гіпертексту.

Методологічна неточність такого підходу полягає в тому, що здійснюються спроби опису вербального феномена (а ми в даному випадку відволікаємося від мультимедійного аспекту гіпертексту, хоча і його врахування чи навряд значимо вплине на висновки) у відриві від конкретних форм його існування. У нашому випадку – сприйняття. З нашої точки зору, основна проблема таких визначень полягає в тому, що уяві дослідників тяжіє образ аудиторії, яка намагається читати, наприклад, енциклопедію підряд, статтю за статтею. Для такої аудиторії дійсно проблематично «слідувати від самого початку закладеному порядку інформаційних одиниць» [1, с. 32]. Адже більш-менш очевидним є те, що говорити про сприйняття гіпертексту не зовсім коректно.

Ніхто і ніколи не читає енциклопедію підряд, сторінку за сторінкою. Так само ніхто і ніколи не відкриває підряд всі гіперпосилання, наприклад, на веб-сайті газети. Але ж саме цей, суто уявлюваний процес дозволяє дослідникам говорити про нескінченність, нелінійність, фрагментарність та інші характеристики гіпертексту. Більш того, категоріальний апарат вивчення гіпертексту формується у відриві від конкретики, від спроб евристичного моделювання самої події гіперекстуальності.

Візьмемо найпростіший приклад – найпростіший в тому сенсі, що визначення його як саме гіпертексту не викликає розбіжностей у вчених. Це енциклопедія, як традиційна паперова, так і електронна. Звернення до енциклопедії в пошуку потрібної інформації рідко коли – ми апелюємо до рутинного досвіду – закінчується на читанні відповідної статті. Як правило, аудиторія виявляє в тексті статті посилання, тобто, пов'язані з досліджуваним поняття, і прочитує ще кілька статей, зазвичай, у тій же енциклопедії.

Отже, ми маємо 1) «власне» гіпертекст – енциклопедію, що складається з абсолютно певної кількості томів, сторінок, статей і, нарешті, слів; і 2) рівним чином абсолютно конкретний текст, існуючий, щоправда, лише віртуально, тобто, не зафіксований на матеріальному носії, але, тим не менш, має певний кінцевий обсяг, початок, кінець та автора і аудиторії, що збігаються в одній особі. Цей текст формується в процесі читання енциклопедії, в процесі поступового вилучення аудиторією інформації – починаючи з моменту, припустимо, повної необізнаності, і закінчуючи констатацією задовільною на момент читання інформованістю з того чи іншого питання. Підкреслимо – віртуальний характер цього «тексту» анітрохи не позбавляє його статусу цілком завершеного – зовнішньо – фрагменту вербальної реальності.

Виникає питання: який з цих двох текстів – енциклопедії та її комбінованого фрагменту – з більшою ґрунтовністю може претендувати на статус і, відповідно, термінологічне визначення «гіпертексту»? Спробу концептуальної відповіді на це питання слід передувати міркуванням про те, що, якщо практика фрагментуючуго читання нам чудово відома з власного досвіду, то випадки послідовного читання енциклопедії від початку до кінця з «відволіканнями» за кожним гіперпосиланням в осяжному для наукового спостереження просторі, як видається, відсутні і навряд чи можливі навіть гіпотетично. Отже, у разі енциклопедії як такої ми маємо справу зі своєрідним акумулятором віртуальних текстових комбінацій, кожна з яких представляє собою продукт «творчості» зацікавленого читача. Незакріпленість цих комбінацій на якому б то не було матеріальному носії нічого не означає з точки зору їх ідентифікації як квазітекстових утворень.

Ми пропонуємо термін «роут» (від англ. *“route”* – “*маршрут”, “шлях”*) для позначення цього феномену. Роут у теорії гіпертексту покликаний відігравати ту ж роль, яку у теоріях традиційних текстів грає поняття інтерпретації. При цьому відрізнення роута від інтерпретації має, на нашу думку, сприяти упорядкуванню усього категоріального апарату теорії гіпертексту. Ми припускаємо, що, подібно до того, як традиційний текст існує як віртуальна сукупність інтерпретацій, гіпертекст слід мислити як віртуальну сукупність роутів, що формуються у процесі конкретної події навігації.

Змістовний потенціал гіпертексту характеризується відчуженістю від авторської суб’єктивності. Відповідно, на відміну від тексту будь-якого іншого роду, формування змісту, сенсу гіпертексту не передує події його сприйняття. Гіпертекст – це середовище формування роутів. І в цьому ще одна підстава для відрізнення поняття роута від поняття інтерпретації. Навігація в гіпертекстовому просторі являє собою не отримання інформації, а її формування. Поведінка аудиторії непередбачувана в тому простому розумінні, що запрограмувати його рух по тексту в процесі формування роута неможливо.

Саме ця, абсолютно реальна і конкретна подія досі була обділена увагою дослідників. Моделювання гіпертексту обмежувалося констатацією характеристик, що описують гіпертекст як пасивний акумулятор енергії гіпертекстуальності. Зрозуміло, що такий опис є затребуваним і продуктивним. Однак аналіз специфічної активності аудиторії гіпертексту відкриває можливість подальшої, більш глибокої специфікації цього складного явища. Роут відрізняється від інтерпретації, перш за все, тим, що не вступає у відносини конкуре-

нції з іншими роутами, чого аж ніяк не можна сказати про інтерпретацію. Більш того, роут «не підозрює» про їхнє існування. З цією обставиною, між іншим, пов'язано припущення про одне з найістотніших відмінностей гіпертексту (як сукупності роутів) від тексту (як сукупності інтерпретацій). Ми маємо на увазі ієрархічність у взаєминах роутів. Гіпертекстуальне середовище забезпечує мультилінійне формування необмеженої кількості роутів. По суті, мова йде про, так би мовити, полігон неконкурентної комунікації.

Роут являє собою зовні завершений текст, що сформувався в процесі послідовної цілеспрямованої навігації в межах мережі гіперпосилань. (В принципі, він може бути і записаний – за умови відповідної задачі). Сукупність роутів – спосіб помислити гіпертекст як специфічний атрибут висловлювання, який зумовлює не конкуренцію інтерпретацій, що передбачає існування якоїсь ідеальної свідомості / розуміння, а – ***співіснування*** альтернативних і неконкурентних варіантів формування сенсів.

Висновки. Виділення феномену роута як окремого предмета аналізу надає дослідникам ту безсумнівну перевагу, що вводить до поля вивчення неконкурентну комунікацію як, безумовно, нетрадиційний тип соціальної взаємодії. У першому наближенні, ми пропонуємо такі визначення:

Гіпертекст – медійний ресурс неконкурентного змістоутворення, що реалізується у сукупності роутів.

Роут – віртуальна комбінація медіаблоків, що формується у процесі довільної навігації у межах медіафрагменту, забезпеченого гіперпосилальним апаратом.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на переосмислення усталених характеристик гіпертексту (фрагментарність, нелінійність, незавершеність), а саме – їх очевидно негативні конотації обумовлені орієнтацією на опис і оцінку у рамках конкурентної комунікації, іншими словами, комунікації інтерпретацій. Наш підхід передбачає зміну точки зору, після якої, можливо, всі ці характеристики постануть у іншому світлі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дедова О.В. Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма / О.В. Дедова // Вестник Московского ун-та. Сер. 9, Филология. – 2001. – №4. – С. 22-36.
2. Загнітко А.А. Структура і функції гіпертексту: статус і позиційні параметри комунікантів (17 бібліографічних записів) / А.А. Загнітко // Донецький вісник Наукового товариства ім. Шевченка. – Т. 26. – Донецьк: Український культурологічний центр, Східний видавничий дім. – 2009. – С.157-175.
3. Красноярова О.В. Феномен гипертекста и гиперссылки / О.В. Красноярова // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – № 1. – С. 46-54.
4. Лутовинова О.В. Языковая личность в виртуальном дискурсе: автореф. дис. ... доктора филологических наук: 10.02.19 – Волгоград. – 2013. – 42 с.
5. Нестеров А.В. Гипертекст: тензорный подход (гипертекстовый вариант) / А.В. Нестеров – Новосибирск: Препринт. – 1991. – 15 с.
6. Субботин М.М. Гипертекст. Новая форма письменной коммуникации / М.М. Субботин // Итоги науки и техники. – Сер. Информатика. – М.: ВИНИТИ. – 1994. – Т.18. – 158 с.

REFERENCES

1. Dedova, O.V. Linguistic concept of hypertext: basic concepts and terminological paradigm / O.V. Dedova // Vestnik MGU. Ser. 9 Filologiya. – 2001. – № 4. – P. 22–36.
2. Zagnitko, A.A. The structure and function of the hypertext: the status and positional parameters of the communes (17 bibliographic records) / A.A. Zagnitko // Donetsk Journal of the Scientific Society named after Shevchenko – T. 26. – Donetsk: Ukrainian Cultural Center, Eastern Publishing House. – 2009. – P. 157-175.
3. Krasnoyarova, O.V. The phenomenon of hypertext and hyperlink / O.V. Krasnojarova // Problems of the theory and practice of journalism. – 2012. – №. 1. – P. 46-54.
4. Lutovinova, O.V. Language personality in virtual discourse: manuscript the dissertation ... Doctor of Philology: 10.02.19 – Volgograd. – 2013. – 42 p.
5. Nesterov, A.V. The hypertext: tensor approach (hypertext version) / A.V. Nesterov – Novosibirsk: Preprint. – 1991. – 15 p.
6. Subbotin, M.M. The hypertext. A new form of written communication / M.M. Subbotin // Results of science and technology. – Ser. Computer science. – M.: VINITI. – 1994. – T.18. – 158 p.

О понятии «роут» в контексте изучения гипертекста

М. В. Белла

Аннотация. В статье отмечается определенная противоречивость в представлении о реальных формах функционирования гипертекста в коммуникационной среде. Автор предлагает термин "роут" для обозначения виртуальной комбинации медиаблоков, формирующейся в процессе произвольной навигации в пределах медиафрагмента, снабженного гиперссылочным аппаратом. Роут в теории гипертекста призван играть ту же роль, какую в теориях традиционных текстов играет понятие интерпретации.

Ключевые слова: *гипертекст, гиперссылка, неконкурентная коммуникация, фрагментарность, нелинейность, незавер-шенность, роут.*

On the concept of "route" in the context of the study of hypertext

M. V. Bella

Abstract: The article notes a some inconsistency in the representation of the real forms of hypertext functioning in the communication environment. The author proposes the term "route" to denote a virtual combination of media blocks formed in the process of arbitrary navigation within a media fragment equipped with a hyperlinked machine. In the theory of hypertext the route should play the same role as the concept of interpretation plays in the theories of traditional texts.

Keywords: *hypertext, hyperlink, noncompetitive communication, fragmentarity, nonlinearity, incompleteness, route.*