

А.Б НУРШАТАЕВА

ВИДЫ ИНФОРМАЦИИ И ЧЛЕНИМОСТЬ ГИПЕРТЕКСТА

Специфической особенностью гипертекста, отличающей его от линейного текста является незавершенность. Завершенность является одним из существенных признаков текста, обуславливающих модель текста. Гипертекст же представляет собой «on-going text», он практически бесконечен, и основное средство, реализующее бесконечность гипертекста - гиперссылка. Кроме того, у гипертекста нет заголовка, и даже первое предложение гипертекста не выполняет функцию заголовка. Также гипертекст лишен такой важной характеристики линейного текста, как стабильность. Неизменчивость и фиксированность линейного текста как бы сами собой разумеются благодаря письменной форме. Гипертекст или его отдельные части регулярно изменяются, обновляются, отражая изменения состояния окружающего мира, что сближает гипертекст с устным типом речи; следует отметить, что лучший сайт - это сайт, который часто (в идеале - ежесекундно) обновляется.

Если исходить из положения И.Р.Гальперина, что в названии типа текста заключена presupposition, т.е. в процессе номинации типа текста «раскрывается и в какой-то степени предопределяется основное прагматическое направление самого текста» [1;30], то рассматриваемый объект исследования, имея название «гипертекст», предположительно уже имеет специфическую прагматику. Нами была предпринята попытка определить эту специфику в понятиях лингвистики текста.

Категория информации в гипертексте проявляется в форме гипотекстов на каждой отдельной веб-странице, которые по своим характеристикам весьма разнообразны. Так, некоторые гипотексты наиболее близки к сообщению, они доводят до сведения пользователей техническую информацию о продуктах, контактную информацию о точках продажи продуктов компании, ее инновационных проектах и т.п., например (www.apple.com):

1. Testing conducted by Apple in February 2006 using preproduction Mac mini units with 1.66GHz Intel Core Duo; all other systems were shipping units. Estimated SPECint_rate_base2000 score: 28.6. Estimated

SPECfp_rate_base2000 score: 25.5. SPEC®, SPECint and SPECfp are all registered trademarks of the Standard Performance Evaluation Corporation (SPEC); see www.spec.org for more information. Other benchmarks were compiled using the IBM compiler and a beta version of the Intel compiler for Mac OS.

2. Some features require .Mac. The .Mac service is available to persons age 13 and older. Annual membership fee and Internet access required. Terms and conditions apply.

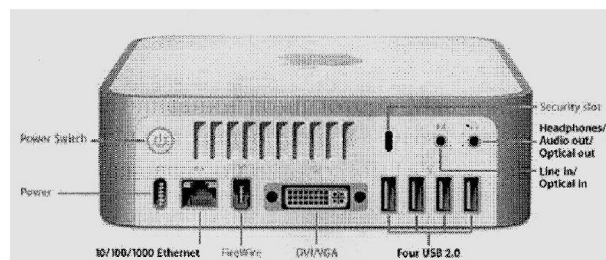
3. Sharing photos requires iPhoto (i.e. a Mac). Sharing music and videos requires iTunes 6.0.4 or later.

4. Some options must be installed by Apple at the factory; the rest can be added in-store at an [Apple Store](#) or an Apple authorized [reseller](#).

В приведенном выше описании компьютера Mac mini присутствует только содержательно-фактуальная информация. Этот же компьютер в другом гипотексте описывается следующим образом (www.apple.com):

More Mac per square inch

Inside its petite 2-inch tall, 6.5-inch square anodized aluminum enclosure, Mac mini houses that fast Intel Core processor, a 60 or 80GB hard drive, slot-loading Combo or SuperDrive, as well as built-in wireless – all whisper-quiet. This modular [design](#) lets you upgrade your current system to the elegance, simplicity and reliability of Macintosh without a lot of extra expense. **BYODKM**: Bring your own monitor, keyboard and mouse (or buy new ones). Either way you'll be up and running in minutes.



Mac mini also gives you plenty of room to grow, with more expansion options than previous models. Simply connect your digital devices, such as cameras, iPod, printer, camcorder or keyboard to the Mac mini over USB 2.0 or Fire Wire. Share files around your house at blazing speeds with built-in 10/100/1000 BASE-T Ethernet. Enjoy high quality sound on almost any speaker system with double-duty analog/digital audio. Record digital and analog sources through the line in, perfect for your latest podcast in GarageBand. Mac mini gives you built-in amenities you need to enjoy the digital lifestyle.

Этот гипотекст также описывает характеристики того же компьютера, но отличается концептуальностью информации благодаря наличию таких оценочных прилагательных, как *petit*, *whisper-quiet*, *blazing*, *perfect*, а также стилистических средств (игра слов - *More Mac per square inch*, нарастание - *elegance, simplicity, reliability*, зевгма - *you'll be up and running*). Кроме того, иллюстрация дополняет не только содержательно-фактуальную, но и содержательно-концептуальную информацию, содержащуюся в гипотексте: это не просто фотография компьютера для иллюстрации количества портов, а художественно обработанное изображение, акцентирующее внимание на эстетических характеристиках этого компьютера и в целом способствующее укреплению имиджа продуктов компании как не только качественных, но и красивых. Также этот гипотекст характеризуется тем, что имеет заголовков, что отличает его от гипотекста, приведенного в первом примере.

Таким образом, не все гипотексты предназначены для передачи пользователям сведений о событиях компании, ее продуктах и в целом о ее положении дел. Общей целью гипертекста не является лишь довести информацию о компании до сведения пользователей. Значительная часть гипотекстов рассматриваемого сайта нагружена оценочными элементами и элементами суждений, что наделяет их концептуальностью.

Также следует отметить, что при анализе гипертекста невозможно определить содержательно-концептуальную информацию всего гипертекста, поскольку содержательно-концептуальная информация «приложима лишь к тексту в его завершенности» и может быть определена только в рамках отдельных гипотекстов.

Сущность содержательно-подтекстовой информации выражена В.А. Звезгинцевым: «... интеллектуальное восприятие объекта (т.е. его осознанное восприятие, выходящее за пределы собственно чувственного) приобретает специфическую двуслойность, когда к непосредственно воспринимаемой информации, заключенной в «поверхностной структуре» объекта, приплюсовывается и иная, скрытая, исходящая из модели данного объекта, информация» [2;298]. Поскольку содержательно-подтекстовая информация имплицитна по своей природе и близка к содержательно-концептуальной информации, то ее толкование

представляется всегда субъективным и произвольным, однако она тоже представлена в гипертексте, поэтому рассмотрим следующий пример части гипотекста (www.apple.com):

.Mac Profiles



Kristin Boden-MacKay, *Woman with a full plate.*

Keeping it all together with .Mac.

Mother. Coach of three sports teams. Amateur photographer. Business owner. Kristin Boden-MacKay has a lot on her plate. And she has nearly a dozen different websites, public and private, that cover her vast range of interests. To help her manage it all, she turns to .Mac and iLife '06. With iWeb, Kristin can create professional-looking sites and publish them with one click. And .Mac makes creating dedicated Groups a snap. All of these are indispensable tools to help Kristin keep it all together.

Big image. Small budget.

A former technical webmaster for Nike.com, Kristin is quite familiar with the pros and cons of getting things done in a big company.

«At Nike, we had teams of people and a multimillion-dollar budget,» she says. «But the time it would have taken me to do as many sites as I do now with .Mac and iWeb — it would have been absolutely impossible.»

Using iWeb and .Mac, Kristin can create and publish robust websites by herself — quickly, easily, and inexpensively. She even used them to create a professional-looking website for the family business, K+C Performance Automotive. «It gives us a good professional image,» says Kristin. «People see our website and think we're spending thousands of dollars on it, but we're not.»

В данном примере содержательно-фактуальная информация заключается в информации о женщине, активной во многих сферах деятельности, которая использует технологии Apple для эффективного управления своей деятельностью, а также в характеристике технологий компании как эффективных и удобных. Содержательно-концептуальная информация дополняет и практически сливается с содержательно-фактуальной, проявляется в имплицитно выраженном восхищении разносторонностью героини (параллелизм первых четырех предложений), подчеркивании простоты и эффективности технологий Apple (professional-looking sites, indispensable tools; quickly, easily,

inexpensively). Несмотря на потенциальную субъективность, содержательно-подтекстовую информацию данного отрывка можно определить следующим образом: автор сообщает, что читателю очень необходимо купить эти продукты Apple, и не потому, что они эффективны и удобны (что указывается в содержательно-фактуальной информации), благодаря выбранной подаче материала они ассоциируются с успешностью, разносторонностью, богатством, автор как бы говорит, купите эти продукты, и у вас появится возможность быть таким же успешным, как эта женщина.

Как становится ясно по приведенным примерам, различные виды информации распределены неравномерно в гипертексте.

Плодотворным является рассмотрение функционирования текстообразующих категорий в гипертексте. Textoобразующие категории выражают общие и наиболее важные признаки и закономерности, свойственные всем текстовым построениям. Текстовые категории исследовались, в основном на материале художественных текстов такими учеными, как И.Р. Гальперин [1], З.П. Горделий, О.А. Донскова, И.В. Елистратова, М.Н. Левченко [3], О.И. Москальская [4], З.Я. Тураева [5], А.Ф. Папина [6] и др.

Членимость гипертекста

Членимость является функцией «общего композиционного плана произведения» [1;50], характер которой зависит от размера частей, содержательно-фактуальной информации и прагматической установки создателя текста.

Мы определили ранее гипотекст единицей гипертекста, и при анализе членимости гипертекста понятие гипотекста также является плодотворным, поскольку объемно-прагматическое членение гипертекста определяется следующим образом: гипотекст - отбивка - абзац – сверхфразовое единство.

В контекстно-вариативном членении гипертекста выделяются следующие формы речетворческих актов: 1) речь автора: а) повествование, б) описание продуктов, услуг, возможностей, перспектив и других аспектов деятельности компании; 2) чужая речь (представлена только на нескольких веб-страницах - когда приводятся похвалы продуктам компании от нескольких реальных людей в виде рассказа о каждом из них): а) прямая речь.

Следует отметить, что благодаря своей «жанровой вариативности членимость гипертекста основывается на различных принципах, так, в некоторых его частях, где для специальных прагматических целей используются небольшие художественные тексты, членимость гипотекста соотносима с членимостью линейного художественного текста, в других же частях гипертекста его членимость основана на логической организации сообщения. Также в связи с тем, что пользователь просматривает гипертекст с экрана монитора, создатели гипертекста стараются максимально эффективно использовать пространство веб-страницы, делая текст сжатым. Вследствие этого специфику абзаца гипертекста можно сформулировать следующим образом: «одна мысль на один абзац», т.е создатели гипертекста стараются не перегружать разнородной информацией абзац, который достаточно мал в объеме (в среднем 3-5 строчек), так что пользователю максимально удобно просматривать такой текст в режиме он-лайн.

Проиллюстрируем проведенное членение гипертекста на трех примерах из анализируемого гипертекста (www.apple.com).

[Home](#) > [QuickTime](#) > [Download](#)

[Search](#)

[Site Map](#) | [Search Tips](#)

Visit the Apple Store [online](#) or at [retail](#) locations.
1-800-MY-APPLE

[Contact Us](#) | [Terms of Use](#) | [Privacy Policy](#)

Copyright © 2005 Apple Computer, Inc. All rights reserved.

Гипотекст веб-страницы, посвященной программному продукту Quicklime поражает своей краткостью. Этот гипотекст сложно разделить на абзацы вообще, однако при более внимательном рассмотрении вычлениваются три смысловых абзаца, кстати, отделенных традиционной красной строкой: 1) «абзац», в котором можно купить этот продукт, объединяющий интерактивную форму для поиска необходимой версии, гиперссылки для загрузки продукта с Интернета, советы и помощь в поиске; ничего лишнего, только функциональность; 2) «абзац» с приглашением зайти в магазины компании и посмотреть другие товары; 3) «абзац-визитка» с контактной и юридического характера информацией.

Следующий пример части гипотекста, предоставляющего юридическую информацию о деятельности компании, необычен тем, что имеет заголовок. В данном примере легко вычлениют-

ся абзацы, которые также имеют заголовки в виде гиперссылок, а сами абзацы по сути являются подзаголовками того текста, который доступен, если пройти по заголовкам-гиперссылкам. Этот пример также иллюстрирует незавершенность гипертекста, каждая часть которого является началом следующей и т.д. (www.apple.com).

Legal Information

Hardware Warranties

Before you purchase a new or refurbished hardware product from Apple, you may review a copy of our one-year limited warranty, including limitations and exclusions.

End User Software License Agreements

Review the terms of conditions of Apple's software licenses. For developer software licensing information, please visit Apple's Developer website-Service Products

Review the Terms and Conditions for ProCare and AppleCare products, like the AppleCare Protection Plan.

Последний пример иллюстрирует использование манеры изложения художественного текста (www.apple.com):

Staying close across hemispheres.

Graphic designer and avid hobby photographer Jonathan «Jono» Barge is always happy to oblige when friends ask him to photograph their exploits. Unfortunately, sometimes he pays a price for his art.

«They're all show ponies and love to be seen,» laughs Jonathan. «They used to bug me for CDs I couldn't be bothered burning, and they all wanted me to waste my ink printing up photos.»

Today, thanks to .Mac and iLife '06, Jonathan has a stylish new place to show off his images and please his photo-hungry friends at the same time: an ever-changing personal website composed of photo pages and a blog.

В этом примере представлена часть гипотекста, рассказывающего о .Mac - он-лайн услуге компании. Отрывок гипотекста имеет заголовок и разделен на абзацы. Вычленяется речь автора в форме повествования и чужая прямая речь. Текст построен по принципу эссе «проблема - решение проблемы» и иллюстрирует воздействующую функцию гипертекста, поскольку для достижения цели - продвижения продуктов компании - создатели гипертекста используют даже неудобный для восприятия на экране монитора художественный текст. При этом художественный

текст модифицируется в соответствии со следующей спецификой гипертекста: абзацы очень короткие, что обусловлено не эстетической функцией, а тем, что в такой форме пользователь наверняка не поленится этот текст прочитать-просмотреть. Отсутствие гиперссылок также подчеркивает, что это не обычный функциональный текст веб-страницы, а текст «для удовольствия».

Следует особо отметить, что в силу того, что гиперссылки делают непредсказуемым порядок прочтения гипертекста, отдельного его гипотекста, абзаца и даже предложения, членимость гипертекста приобретает в определенной степени условный характер. Это можно проиллюстрировать следующим примером (www.apple.com⁴):

Where did the stereo go?

Just slide your iPod⁽¹⁾ into the built-in Universal Dock to turn on and tune in to digital music as you've never heard it before. From pumping bass to bright treble, iPod Hi-Fi delivers natural, room-filling sound. Close your eyes and you'd think you were listening to a huge stack of speakers. But iPod Hi-Fi measures just 17.0" x 6.6" x 6.9.»

Virtuoso performance

As versatile as it is compact, iPod Hi-Fi incorporates thoughtful touches that make playing your music pure pleasure. Use the included Apple Remote to control music playback from anywhere in the room. Charge your iPod through the iPod Hi-Fi dock while you play music. Or take your show on the road courtesy of D-cell battery⁽²⁾ power. All that makes iPod Hi-Fi pretty extraordinary. Just like iPod.

1. iPod sold separately.
2. D-cell batteries sold separately.



Buy online now direct from Apple, 24 hours a day. Call 1-800-MY-APPLE.



Visit an Apple Store. Find Your Local Resellers:

В первых двух абзацах содержится сноска - средство для оформления отступления от последовательного изложения, не нарушающего этой последовательности изложения (континуума) [1;55]. Обычно в линейном тексте сноска оформ-

мляется в конце страницы либо в конце всего текста, однако в рассматриваемом примере сноска расположена сразу после абзацев, в которых содержится ссылка на эту сноску, а после разбивки вслед за сносками продолжается следующий абзац того же гипотекста. Пример интересен тем, что тематически весь гипотекст объединен и информирует пользователя о саунд-системе iPod Hi-Fi, но сноски разрывают цельность гипотекста, как бы говоря пользователю: «Вот здесь у нас что-то вроде конца страницы» и «внимание, дальше будет новая информация», этим, а также с помощью дополнительных графических изображений акцентируя внимание пользователя на самом главном инструменте гипертекста - интерактивной форме, используя которую можно заказать и купить данный продукт. Можно сделать предположение, что в гипертексте границы сверхфразового единства и абзаца совпадают, но анализ явления такого масштаба является предметом отдельного исследования.

Таким образом, гипертекст представляет собой бесконечный «on-going» текст, в котором неравномерно представлены все виды информации. Рассмотренные гипертексты содержат большой объем содержательно-фактуальной информации (описание продуктов и услуг компании, различных аспектов деятельности компании). Содержательно-концептуальная информация, которая может рассматриваться только по отношению к завершённому тексту, не может быть однозначно выявлена в силу информационно-технических особенностей гипертекста. Однако на

уровне гипотекста можно попытаться определить содержательно-концептуальную информацию. Несмотря на потенциальную субъективность в оценке содержательно-подтекстовой информации, она достаточно явственно прослеживается в рассмотренных гипертекстах.

Анализ функционирования категории членности позволил выявить специфические особенности ее проявления. Так, благодаря жанровой вариативности гипертекста членность различных его частей основывается на различных принципах. Информационно-технические особенности гипертекста отражаются в сжатости абзаца по принципу «одна мысль на один абзац». Также членность гипертекста имеет в определенной степени условный характер, потому что гиперссылки позволяют пользователю выбирать порядок прочтения гипертекста, в связи с чем допускаются изменения традиционного расположения некоторых частей текста, например, сноска может располагаться в середине страницы, а не внизу.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гальперин И.Р.* Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 139 с.
2. *Звегинцев В.А.* Предложение и его отношение к языку и речи. М, 1976.
3. *Бочкова О.С.* Категории модальности, времени и пространства в жанре научной фантастики (на материале русско- и англоязычных текстов): Автореф. дис... канд. филол. наук. Саратов, 2006. 25 с.
4. *Москальская О. И.* Грамматика текста. М., 1981.
5. *Тураева З.Я.* Лингвистика текста. М., 1986.
6. *Патина А.Ф.* Текст: его единицы и глобальные категории. М.: УРСС, 2002. 367 с.
7. (www.apple.com)