

старший преподаватель кафедры
русской филологии и перевода
Мариупольского государственного
университета

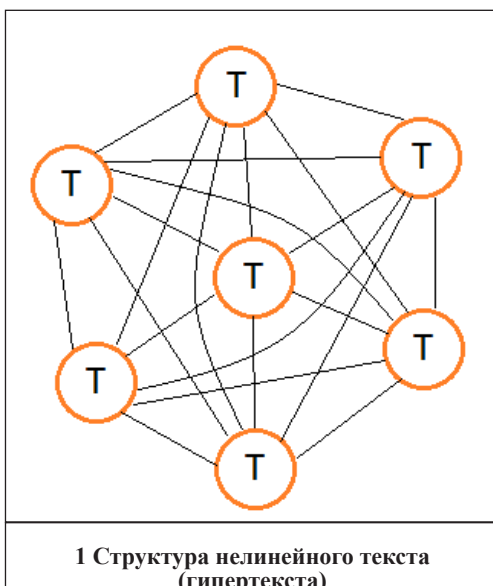
К ВОПРОСУ ОРГАНИЗАЦИИ ЭЛЕКТРОННОГО ГИПЕРТЕКСТА

Стремительное развитие информационных технологий и Всемирной сети Internet, которое наблюдалось на рубеже XX–XXI веков, привело к созданию единого информационного пространства, представляющего собой особую виртуальную среду текстового общения. Сегодня глобальный характер приобретает хранение, накопление, обработка и распространение информации в электронном виде. Именно это меняет традиционно устоявшиеся на протяжении веков формы общения, образования и научной деятельности человека. Поэтому сегодня актуальным и необходимым становится комплексное междисциплинарное изучение гипертекста как основного компонента новой электронной информационно-образовательной среды.

Традиционно теория гипертекста разрабатывается в исследованиях, посвященных языкам HTML и XML. В рамках лингвистической науки над теорией гипертекста работают С. Фрайслер, Х. Бухер, О. Хубер, Х. Кордес, Н. Штрайц, О. В. Дедова, Н.С. Ларионова, И.А. Ильина, П.И. Сергиенко, А.А. Атабекова, Н.В. Беляева, Е.С. Ключкова, О.А. Левоненко, А.С. Махов, В.В. Негуторов, С.А. Стройков и др. В работах рассмотрены различные аспекты функционирования гипертекстов, Тем не менее, несмотря на значительное количество работ, теория гипертекста сегодня недостаточно разработана, поскольку находится в стадии становления.

Идею создания гипертекста связывают с именем советника президента Ф. Рузвельта по науке – Ванневаром Бушем, который теоретически обосновал проект технической системы «Мемекс», которая позволяла бы связывать тексты и их фрагменты по различным типам связей, при этом особое внимание здесь уделялось преимущественно ассоциативным отношениям. Проект не был воплощен ввиду сложности его реализации посредством существующих механических систем [1]. Логическим продолжением идеи В.Буша стала система «Xanadu», в которой уже использовалась компьютерная техника. Система давала пользователю возможность просматривать тексты из базы различными способами и в различной последовательности. Кроме того, программное обеспечение позволяло как запоминать последовательность действий (т.е. просмотренных текстов), так и выбирать любое из них в произвольный момент речи. Создателем «Xanadu» был Тэд Нельсон – американский социолог, философ и первооткрыватель в области информационных технологий. Именно он ввел термин *гипертекст* и определил его как *множество текстов со связывающими их отношениями, т.е. системой переходов*. Создание гипертекста многими исследователями рассматривается как начало новой информационной эпохи, противопоставленной эпохе «книжного» текста. Таким образом, гипертекст – это совершенно особый, принципиально новый способ организации текста, который противопоставлен по своим свойствам обычному тексту [2].

Текст и гипертекст противопоставлены по ряду признаков: конечность – бесконечность, законченность – незаконченность, авторство – отсутствие авторства (в традиционном понимании), однородность – неоднородность, статичность – динамичность, интерактивность и другие. [3, с. 4] Однако основным является различие по принципу линейности – нелинейности. Содержание в линейном тексте раскрывается последовательно, «по порядку», от начала к концу, читается такой текст от начала до конца, целиком и, соответственно, характеризуется завершенностью. (см. рис. 1).



Гипертекст же – это текст нелинейный, многоуровневый и многослойный, с системой «переходов», основными структурными элементами которого являются узел и ссылка. Он объединяет в себе множество текстов и позволяет реализовывать разнообразные варианты чтения (перехода от одной ссылки к другой), при этом «начала» и «конца» как таковых в гипертексте нет. Таким образом, гипертекст характеризуется множеством, а точнее – бесконечностью интерпретаций и, соответственно, подвижной, динамичной структурой (см. рис. 2).

Гипертекст – это своеобразная «авторская» парадигма чтения. Однако процесс чтения в гипертекстовой среде требует особых навыков, обусловленных особенностями реализации текста в электронной среде, а процесс понимания гипертекста связан с решением ряда проблем, важнейшей из которых, с одной стороны, является проблема дезориентации, т.е. проблема определения пользователем своего «местонахождения» в гипертекстовой системе и поиска «пути» к требуемой информации [4]. С другой стороны, важным представляется и сам процесс создания гипертекста.

Сетевая гипертекстовая система состоит из таких элементов, как язык *гипертекстовой разметки* (HTML), *протокол передачи гипертекста* (HTTP) и *гипертекстовая ссылка*. HTML-

документ состоит из двух компонентов: *собственно текста* и *тегов* – специальных конструкций языка HTML, которые используются для разметки документа и управляющих его отображением на экране монитора. Именно теги языка HTML определяют невербальное оформление текста: в каком виде будет представлен текст, какие его элементы будут выполнять роль гипертекстовых ссылок, какие графические или мультимедийные объекты будут включены в документ.

HTML-разметка документов не несет смысловой нагрузки. Она имеет отношение к разработке веб-контента, поскольку является компонентом процесса разработки веб-документа и предоставляет информацию о том, как текст будет структурирован и как его следует интерпретировать, читать или отображать. Однако несмотря на независимость от содержания контента, HTML-разметка может изменить интерпретацию читателем этого контента. Следует отметить, что язык HTML поддерживает *логическое* и *физическое* форматирование содержимого документа. Логическое форматирование указывает на назначение данного фрагмента текста, а физическое форматирование определяет его внешний вид. [5, с. 61] Таким образом, на этапе планирования разработки документа автор должен осознанно разграничить содержание, структуру текста и его презентацию:

1) содержание – это то, *какую* информацию несет текст;

2) структура – это то, *как* организовать информацию;

3) презентация – это то, *как представить* информацию на экране, т.е. то как она появится и «прозвучит» для аудитории.

С момента своего появления гипертекст получил широкое признание и распространение, однако отход от так называемой «линейной» структуры традиционного текста увеличивает вероятность читателей или пользователей заблудиться.

Гипертекст должен быть построен таким образом, чтобы пользователь-читатель не мог потеряться или дезориентироваться в больших гипертекстовых структурах (база текстов может быть огромной, а структура – незнакомой). Кроме того, решение представляется и в составлении так называемого «алгоритма» чтения гипертекста, для чего необходимо формирование у пользователей навыков ориентации в гипертекстовом пространстве. Здесь важно развивать способность представлять общую картину структурной модели гипертекста, способность проходить новые «цепочки» гипертекстов с той же уверенностью, как и уже знакомые старые. Т.е. в сознании пользователя создается своеобразная проекция, система координат, в которой функционируют гипотексты [6].

Навигация по гипертекстовому пространству осуществляется с помощью определенной системы указателей-маркеров, наличие которых, с одной стороны, обусловлено развитием сюжетно-тематического потока, а с другой, – заложено автором-создателем гипертекста. Подобный механизм навигации позволяет реализовывать индивидуальные информационные потребности каждого пользователя.

Таким образом, ориентация в гипертекстовом пространстве невозможна без понимания его информационно-логических основ, иначе неподготовленный пользователь потеряется в огромных объемах неструктурированной информации виртуального пространства. Именно поэтому в работе с гипертекстом, с одной стороны, важно развитие умений поиска информации и навыков «ориентирования» в гипертексте у «читателя», а с другой, – понимание «автором» процесса создания гипертекста как нового средства выражения и разграничение его составных элементов: содержания, структуры и презентации.

Литература:

1. Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика: Учебное пособие. Изд. 4-е, стереотипное / Р.К. Потапова – М. : КомКнига. – 2005. – 368 с.
2. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику: Учеб. пособие // А.Н. Баранов – М. : Едиториал УРСС. – 2003. – 360 с.
3. Буторина (Ковалева) Н.Ф. Гипертекст versus текст / Н.Ф. Буторина // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Самара : ПГСГА. – 2010. – С. 4
4. Рязанцева Т.И. Теория и практика работы с гипертекстом: (на материале английского языка): учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным специальностям / Т.И. Рязанцева. – М. : Академия. – 2008. – 208 с.
5. Полонская Е.Л. Язык HTML / Е.Л. Полонская – М. : Издательский дом «Вильямс». – 2003. – 320 с.
6. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация / Т.И. Рязанцева // Дискуссионный клуб FLT: современные тенденции и опыт профессионалов. Вып. 4. ELT – Век XXI: что взяли мы себе в наследство? / Сб. научных статей. – М. : ГУ «Высшая школа экономики», 2002. – С. 126–137.
7. Лутовинова О.В. Гипертекст: понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу / О.В. Лутовинова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета – Выпуск № 5. – 2009. – С. 4–7.

Анотація

М. БЕЛЛА. ДО ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО ГІПЕРТЕКСТУ

У статті розглядаються питання організації електронного тексту. Текст і гіпертекст протиставлені по ряду ознак. Гіпертекст характеризується безліччю інтерпретацій і рухомою, динамічною структурою. Гіпертекст повинен бути побудований таким чином, щоб користувач не міг загубитися або дезорієнтуватися у великих гіпертекстових структурах.

Ключові слова: гіпертекст, гіперпосилання, навігація, електронний текст, мова гіпертекстової розмітки (HTML), тег.

Аннотация

М. БЕЛЛА. К ВОПРОСУ ОРГАНИЗАЦИИ ЭЛЕКТРОННОГО ГИПЕРТЕКСТА

В статье рассматриваются вопросы организации электронного текста. Текст и гипертекст противопоставлены по ряду признаков. Гипертекст характеризуется множеством интерпретаций и подвижной, динамичной структурой. Гипертекст должен быть построен таким образом, чтобы пользователь не мог потеряться или дезориентироваться в больших гипертекстовых структурах.

Ключевые слова: гипертекст, гиперссылка, навигация, электронный текст, язык гипертекстовой разметки (HTML), тег.

Summary

M. BELLA. TO THE QUESTION OF THE ORGANIZATION OF ELECTRONIC HYPERTEXT

The article deals with the organization of electronic text. Text and hypertext opposed on several grounds. Hypertext is characterized by a multitude of interpretations and a dynamic, dynamic structure. Hypertext should be built in such way that the user can not be lost or disoriented in large hypertext structures.

Key words: hypertext, hyperlink, navigation, electronic text (e-text), hypertext markup language (HTML), tag.