

ФУНКЦИИ ГИПЕРТЕКСТОВЫХ СВЯЗЕЙ В ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-ТЕКСТАХ

Las funciones de hiperenlaces en Internet-textos analítico-informativos

Hyperlinks' functions in informational-analytical internet-texts

Ксения Иванова

*Киевский национальный университет им. Т. Шевченко,
Киев (Украина)*

Kseniya Ivanova
Universidad Nacional «T. Shevchenko»
Kiev (Ucrania)

ISSN: 1698-322X ISSN INTERNET: 2340-8146

Fecha de recepción: 31.05.2015

Fecha de evaluación: 16.12.2015

Cuadernos de Rusística Española nº 11 (2015), 53 - 60

ABSTRACT

The concepts of hypertext and hyperlink, their linguistic definitions are examined in the article; the hyperlinks' functions in analytical Internet-texts in Russian are described as well. Informational-analytical Internet-texts are hypertexts initially. Hypertext's bonds are substantiated into the form of hyperlinks which serve as connection within different electronic texts. Depending on dislocation on the screen hyperlinks can be divided into inner-textual and out-textual, depending on their purpose the content-links, service links, communicative links and commercial links are distinguished. The hyperlinks in analytical media texts perform three functions: 1) they lead to the internet-source of information, 2) open the internet-page which contain additional information to the subject, 3) visualize information from the text. Besides, hyperlinks serve as one of the instrument of media pressure onto the audience's awareness: by using hyperlinks the author can narrow and limit the informational space which the reader is in. As the analytical Internet-texts' analysis has demonstrated, in general hyperlinks (and the functions which they perform) stand for one of means to increase the informative and objective level of the text.

Key words: hypertext, hyperlink's function, Internet-text, analytical text.

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается понятия гипертекст и гиперссылка в лингвистическом аспекте, описываются функции, которые выполняют гиперссылки в русскоязычных информационно-аналитических интернет-текстах. Интернет-тексты изначально являются гипертекстами. Гипертекстовые связи реализуются в форме гиперссылок, которые соединяют электронные тексты между собой. В зависимости от места расположения на мониторе гиперссылки бывают внутритекстовые и внетекстовые, по целевому назначению – контент-ссылки, сервисные ссылки, коммуникационные и рекламные. В аналитическом медиадискурсе гиперссылки выполняют три функции: 1) ведут к электронному источнику информации; 2) открывают интернет-страницу с дополнительной информацией по теме; 3) визуализируют информацию в исходном тексте. Также гиперссылки являются одним из медийных средств воздействия на сознание аудитории: с помощью гиперссылок автор может замкнуть информационное пространство, в котором

находится читатель интернет-текста. В целом, как показал анализ информационно-аналитических интернет-текстов, гиперссылки (и функции, которые они выполняют) являются средством повышения уровня информативности и объективности аналитического текста.

Ключевые слова: гипертекст, функция гиперссылки, интернет-текст, аналитический медиатекст.

С развитием информационно-технических возможностей появляется все большее количество средств трансляции и хранения информации. При изучении медиадискурса исследователями-лингвистами однозначно отмечается, что медиатексты обладают категорией мультимодальности, одним из проявлений которой является гипертекст (Дедова 2001, Дикарева 2003, Ильина 2009, Носовец 2011, Скогарева 2008, Стройков 2008 и др.).

Актуальность исследований категории гипертекста обусловлена интересом лингвистики к изучению электронных ресурсов, в частности сети Интернет. Письменный текст все чаще представляется в электронном варианте, и большинство современных печатных СМИ имеют свой электронный вариант в Сети.

Цель статьи — рассмотреть категорию гипертекста в русскоязычных информационно-аналитических интернет-текстах, определить виды и функции гипертекстовых связей в исследуемом типе текстов. Для анализа были использованы тексты с электронных сайтов изданий «Альтернатио», «Би-би-си», «Взгляд», «Главком», «ИноСМИ», «Обозреватель», «Хвыля» и другие, которые совмещают признаки качественной и низкопробной журналистики (корпус выборки составляет свыше 1000 текстов).

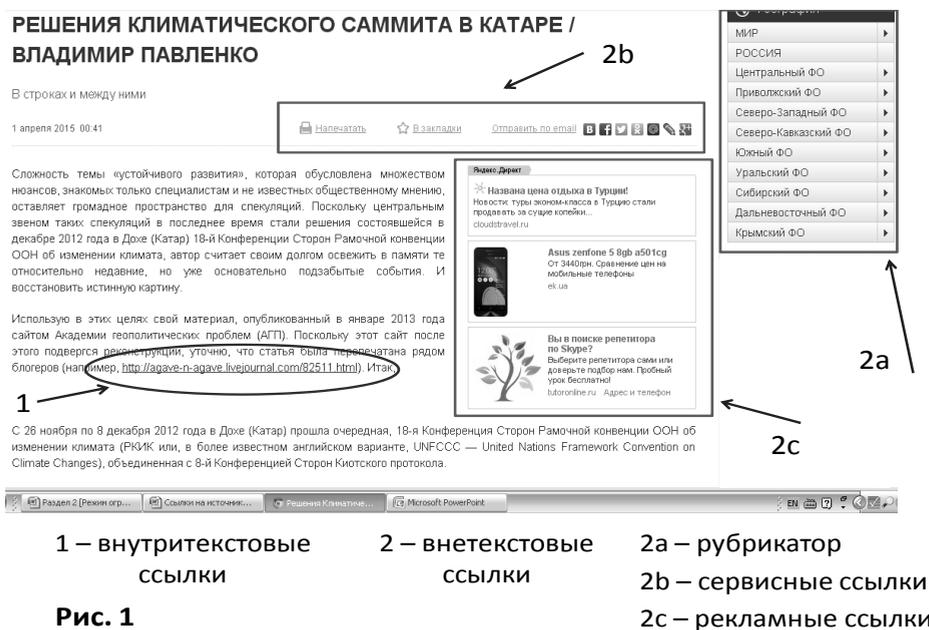
Наиболее полное определение гипертекста предложено Б. Н. Штерном: гипертекст - это «информационная (компьютерно-поддерживаемая) технология организации и использования текстовых материалов, которая объединяет нелинейный, ассоциативно-фрагментарный и сетевой принципы репрезентации информационного пространства с процедурами свободной навигации с помощью каких-либо нелинейных связей, зафиксированных в этом пространстве» (цит. по Дикарева 2003).

Обратим внимание, что в приведенном определении указывается на электронную природу текстов, характеризующихся категорией гипертекстуальности, а также на свободную навигацию, где читатель сам выбирает способ прочтения текста: линейно / нелинейно, какие ссылки активировать, а какие – нет.

Н. А. Кузьмина, Н. И. Клушина, С. А. Стройков акцентируют внимание на принципиальном разграничении компьютеризированных текстов и текстов, не являющихся таковыми (Кузьмин 2011, Стройков 2008). Лишь электронный текст может в полном объеме обладать категорией гипертекстуальности. Если следовать мнению С. А. Стройкова, любой интернет-текст является, по меньшей мере, квазигипертекстом – «текстом, оформленном в виде электронного линейного текста» (Стройков 2008: 17), то есть текст в сети Интернет, который не содержит в себе гиперссылок. Если же последние присутствуют в тексте, мы имеем дело с гипертекстом.

Попытки структурировать гипертекстовые связи предпринимались Дж. Ландау Р. П. Потаповой, О. В. Дедовой и другими исследователями. Наиболее полной и

детальной, на наш взгляд, является классификация С. Г. Носовец, которая выделяет четыре типа гиперссылок в зависимости от их целевого назначения – контент-ссылки, сервисные, коммуникационные и рекламные (Носовец 2011: 128). Важным тезисом исследователя является разделение контент-ссылок на 1) внетекстовые, которые вынесены за пределы текста, и 2) внутритекстовые, которые являются выделенным фрагментом связного текста (Носовец 2011: 129). Поскольку объектом данного исследования является конкретный информационно-аналитический интернет-текст, то более целесообразно изначально разделить все гиперссылки, которые присутствуют на мониторе вместе с основным текстом, на 1) внутритекстовые, которые являются неотъемлемой частью авторского текста, находятся в его пространстве; 2) внетекстовые, которые находятся за пределами авторского текста, не являются его частью, но присутствуют на экране монитора (см. рис. 1).



Также на экран (рядом с основным авторским текстом) обычно выносятся ссылки на наиболее популярные статьи, ссылки на статьи по сходной тематике, актуальные темы, рекламные ссылки и т.д. Получается, что на экране, наряду с основным информационно-аналитическим текстом (в основном расположенным по центру экрана) находится множество гиперссылок, которые не являются частью данного текста. Более того, внетекстовые ссылки могут быть расположены в центральной зоне экрана, где находится основной текст, и разрывать таким способом его пространство. Объясняется это их рекламной функцией – распространение, продвижение определенной информации (как товара / услуги, так и издательских материалов).

Результаты исследования показали, что внутритекстовые гиперссылки в информационно-аналитических интернет-текстах выполняют три функции:

- 1) источниковую (по терминологии С. Г. Носовец) (отсылают к источнику сообщения);
- 2) информативную (дают дополнительную информацию по указанной в гиперссылке теме);
- 3) иллюстративную (визуализируют данные).

1. Отсылка к источнику информации через гиперссылку является своего рода усовершенствованным видом цитирования: помимо того, что автор строит свой текст, ссылаясь на «чужие» тексты / мнения (с помощью чего создается впечатление объективности сообщения), он также дает возможность читателю самому непосредственно ознакомиться с источником информации с помощью перехода по гиперссылке, например (курсивом выделены гиперссылки в авторском медиатексте): «Комментируя прогноз эксперта, Дэйв Ходжес, автор *The Common Sense Show* (“Шоу здравого смысла”) *пишет* [ссылка на статью Д. Ходжеса – К. И.]: “Если предсказание доктора Тодда является точным, оно вписывается в то, о чем говорят и другие источники о самом ближайшем будущем”» (Альтернатио, 18.03.2015) – с помощью гиперссылки читатель имеет возможность перейти на страницу со статьей, из которой автор текста взял цитату, и самостоятельно с ней ознакомиться. Таким образом, читатель также может проверить насколько достоверно или корректно автор передал информацию из исходного текста. Или: «Не верите? А вы ознакомьтесь с *изменениями Налогового кодекса*, которые подготовил Кабмин». (Альтернатио, 31.12.2014). В статье автор анализирует преобразования в Налоговом кодексе Украины. Ссылка, которую поставил автор, ведет читателя на страницу веб-портала Верховной Рады Украины, где размещен полный текст проекта Закона об изменениях Налогового кодекса Украины, с которым может ознакомиться читатель, если пожелает. Или, например, ссылаясь на слова главы кабинета премьер-министра Венгрии, автор дает ссылку на источник: «Ознакомиться с детальным изложением доклада Яноша Лазара можно в англоязычном издании *The Budapest Beacon*» (Главком, 24.07.2015) – ссылка ведет на сайт, где находится англоязычная статья с цитатами Яноша Лазара.

Источниковые гиперссылки повышают степень информативности аналитического текста, поскольку за счет них в тексте потенциально присутствует информация из источника, на который ссылается автор. Возможность непосредственного ознакомления с источником информации способствует также повышению уровня объективности авторского текста: автор демонстрирует читателям обоснованность своих тезисов посредством отсылки к первоисточнику.

2. Внутритекстовые гиперссылки могут отправлять читателя к материалам, которые содержат расширенную информацию по указанной в гиперссылке теме. В качестве объектов гиперссылок (страниц, куда осуществляется переход от основного текста) могут быть самые разнообразные электронные ресурсы: официальные сайты физических и юридических лиц (о которых идет речь в тексте), ссылки на их страницы в социальных сетях, интернет-страницы с аналитическими

материалами (статьями) по указанной в гиперссылке теме, подборка материалов разных жанров и форматов (документальные фильмы, аудио- и видеозаписи интервью, политических ток-шоу и т.д.), электронные справочные ресурсы (словари, энциклопедии) и т.д. Одним словом, это может быть любой электронный ресурс, который содержит новую или ранее не известную читателю информацию по заданной в гиперссылке теме.

Например: «Транснациональные финансовые системы, подобные кланам *Ротшильдов и Рокфеллеров*, являются не целью, а лишь средством достижения оккультистами своих целей» (Империя, 20.03.2015) – ссылка «*Ротшильдов и Рокфеллеров*» отправляет читателя к аналитической статье другого сайта, в которой детально рассматривается деятельность и взаимоотношения самых богатых и влиятельных людей в мире – Ротшильдов, Рокфеллеров, Барухов и др., а также на странице содержатся видеозаписи документальных фильмов о семье Ротшильдов и Рокфеллеров. Иными словами, перейдя по гиперссылке, читатель имеет возможность получить дополнительные, расширенные сведения о семье Ротшильдов и Рокфеллеров, которых автор упоминает в своем тексте. Еще пример: «Накануне ответного полуфинала *Лиги Европы* между *днепропетровским «Днепром»* и *итальянским «Наполи»* букмекеры предложили свои оценки на будущий поединок» (Главред, 14.05.2015) – ссылки «Лига Европы», «днепровский Днепр» и «итальянский Наполи» открывают страницы сайта «Главред», где предлагаются к прочтению все статьи с данного сайта по заданной в гиперссылке теме, то есть читатель может узнать все новости и аналитику о командах «Днепр», «Наполи» и о Лиге Европы, которые были опубликованы ранее на сайте. Или: «В работе участвуют психолог *Эрих Фромм* и социолог *Вильгельм Райх*» (Альтернатива, 17.03.2015) – обе гиперссылки ведут на сайт электронной еврейской энциклопедии: первая – к статье об Эрихе Фромме, вторая – о Вильгельме Райхе, где указаны общие сведения об указанных личностях. В случае, если читатель не владеет информацией о том, кем являются Э. Фромм и В. Райх, он может ознакомиться с краткой характеристикой их деятельности, перейдя по гиперссылке, которую предлагает в своем тексте автор.

Таким образом, с помощью гиперссылок автор помогает читателю получить дополнительную, расширенную информацию по указанной в гиперссылке теме. С одной стороны, это удобно для читателя, которому в данном случае нет необходимости искать соответствующую информацию в безграничном пространстве Интернета. Но с другой стороны, гиперссылки – это средство, с помощью которого автор направляет внимание и мысль читателя в нужном автору направлении. Из неограниченного количества текстов автор ставит гиперссылку лишь на один (!): в последнем примере гиперссылки («Эрих Фромм» и «Вильгельм Райх») ведут к электронному еврейскому словарю, то есть из множества электронных словарей автор проставил гиперссылки именно на электронный еврейский словарь. Очевидно, цель информативных гиперссылок – предоставить читателю «нужную» информацию по заданной в гиперссылке теме, то есть ту информацию, которая не противоречит утверждениям автора.

В связи с этим отмечен следующий факт: большинство информативных гиперссылок в аналитических интернет-текстах ссылаются на материалы того же электронного издания, в котором размещен данный текст (например, электронные

издания «Геополитикум», «Главком», «Обозреватель»). А также нередки случаи, когда автор ссылается на свой же текст, опубликованный ранее. Например, в статье об отношениях Сербии и России: «Осенью прошлого года была опубликована моя статья *«Разочарование в Сербии»*, в которой я написал о противоречии между сербским народом и элитой» (Однако, 24.03.2015) – ссылка отправляет читателя к более ранней статье этого же автора. Или: «Поэтому еще раз предлагаю всем в Украине прочитать внимательно *мою статью*. Там все написано» (Обозреватель, 25.03.2015) – ссылка отправляет читателя к более ранней статье этого же автора на этом же сайте. То есть читатель, даже переходя по разным гиперссылкам, оказывается замкнутым в рамках информационного пространства одного электронного издания. И таким образом, всю новую информацию о событиях он получает в интерпретации данного издания.

3. Иллюстративная функция заключается в визуализации информации, которую автор хочет донести до читателя. Если переход по гиперссылке открывает изображение, которое иллюстрирует тезис автора, то данная гиперссылка выполняет иллюстративную функцию. Иллюстративными элементами являются фото, рисунки, графики, схемы и, в целом, инфографика. Главное — то, что они конкретизируют, дополняют, раскрывают мысль, высказанную автором, за счет визуального компонента.

Например: «В целом Украина-2015 отличается от Украины-2013 приблизительно так же, как нынешняя актриса *Рене Зельвегер* от себя же двухлетней давности» (Взгляд, 16.03.2015) – ссылка отправляет читателя к фотографиям сильно изменившейся актрисы, что визуально передает авторскую мысль: ‘Украина изменилась очень сильно’. Или: для негативной характеристики американских политиков, автор включил в свой текст их неудачные фотопортреты, затем подвел итог: «Это *стиль*» (Однако, 31.03.2015). Под словом «стиль» автор проставил гиперссылку на страницу, где изображены Хиллари Клинтон, Дженифер Псаки, Мари Харф и Мишель Обама с одинаковыми белыми бусами на шее. Называя это словом «стиль», автор выражает насмешку. То есть помимо визуализации, изображения так же могут содержать оценочное значение. Другой пример: упоминая в своей статье о 70-лети трагедии в Хиросима и Нагасаки, автор ставит ссылку: «*По его словам, заявление японской стороны носит политический характер и, скорее всего, приурочено к 70-летию трагедии Хиросимы и Нагасаки*» (Обозреватель, 07.08.2015) – ссылка открывает веб-страницу, где размещены фотографии городов Хиросима и Нагасаки в период после бомбардировок и в данный момент, сделанные в честь 70-летия трагедии.

Примечателен тот факт, что видеоматериалы могут выполнять все три вышеуказанные функции, иногда одновременно. Например: «Сайт *bbcussian.com* вел *прямую трансляцию* этого исторического события [референдума о независимости Шотландии – К. И.]» (BBC, 19.09.2014), ссылка ведет на страницу с видеозаписью прямой трансляции референдума о независимости Шотландии 18 сентября 2014 года. Это видео одновременно является источником информации, на который ссылается автор, передает в подробностях этапы события (содержит максимально полный объем данных по событию, то есть может служить в качестве дополнительной, уточняющей информации) и визуализирует событие. Аналогичен еще один пример: «*За каждым из выступлений [на конференции – К. И.] следовали вопросы из зала, также пользователям Интернета была доступна онлайн-трансляция заседания*» (Евразия,

19.03.2015). Ссылка отправляет читателя-пользователя на страницу с видеозаписью прямой трансляции конференции, о которой рассказывает автор в своей статье: видеозапись одновременно выполняет функцию источника, функцию уточнения / дополнения информации и функцию визуализации (передает видеоматериал).

Таким образом, работая с интернет-текстом (то есть в гипертекстовом пространстве), читатель может синхронно открыть другой текст (связанный с первым гиперссылкой) и, ознакомившись с ним, вернуться обратно к первому и продолжить работу с ним. Но специфика гипертекстовых связей заключается в том, что «ссылки в тексте – это всего лишь возможность, но никак не необходимость» (Кузьмина 2011: 285). Одно из преимуществ гипертекста – дать читателю / пользователю возможность самому определять последовательность восприятия информации. В каждом случае, встречая в тексте гиперссылку, читатель самостоятельно выбирает: переходить по гиперссылке или продолжить линейное чтение текста.

Подытоживая результаты исследования, следует повторить, что в русскоязычном информационно-аналитическом интернет-тексте гиперссылки могут выполнять одну из трех функций: 1) источниковую (переход по ссылке открывает веб-страницу с источником информации, на который ссылается автор в своем тексте), 2) информативную (гиперссылка осуществляет переход к веб-странице, на которой размещена дополнительная / уточняющая / расширенная информация по заданной в гиперссылке теме), 3) иллюстративную (переход по гиперссылке открывает интернет-страницу с графическими данными — фото / рисунками / графиками и т. д., которые визуализируют информацию в авторском тексте). Гиперссылка может также выполнять несколько из указанных функций одновременно (например, ссылки на видео-материалы — это одновременно визуализация информации, предоставление дополнительной / уточняющей информации и отсылка к источнику). Таким образом, гиперссылки способствуют повышению уровня информативности и объективности текста: за счет гиперссылок в тексте потенциально содержится информация (дополнительная / уточняющая / подтверждающая / визуальная и др.), которая в любой момент может быть актуализирована. Тот факт, что читатель имеет возможность непосредственно ознакомиться с рекомендуемой автором текста информацией, создает впечатление объективности авторских мыслей / тезисов, поскольку автор «подкрепляет» их ссылками на внешние источники.

Несмотря на то, что гиперссылки «повышают качество материалов, полноту и достоверность информации» (Кузьмина 2011: 262), делают её более объективной, не стоит упускать из внимания тот факт, что гиперссылки проставляет автор текста – автор решает, к каким материалам направить читателя, выбирая из неограниченного количества веб-страниц лишь одну, с которой он хочет / может ознакомить читателя, поэтому за автором закреплена роль направляющего в процессе навигации чтения текста.

БИБЛИОГРАФИЯ

- ДЕДОВА, О.В. (2001): «Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма», *Вестник МГУ*. Сер. 9, № 4, с.22-36
- ДИКАРЕВА, С.С. (2003): «Диалог с WEB-аудиторией в электронных СМИ», *Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского*. Сер. «Филологические науки». [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/76212/35-Dikareva.pdf?sequence=1>
- ИЛЬИНА И. А. (2009): Проблемы изучения и восприятия гипертекста в мультимедийной среде Интернет. Автореф. дис. ... канд. филол. н. Москва. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/problemy-izucheniya-i-vospriyatiyagiperteksta-v-multimediinoi-srede-internet>
- КУЗЬМИНА, Н. А. (2011): Современный медиатекст: учебное пособи», Омск. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1394719605_1975.pdf
- НОСОВЕЦ, С.Г. (2011): «Гипертекстовые ссылки в Интернет-СМИ: опыт типологической Характеристики». *Вестник Челябинского государственного ун-та*. Вып.17 (232), 2011 Филология. Искусствоведение. Вып. 55, с. 127-131. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gipertekstovye-ssylki-v-internet-smiopyt-tipologicheskoy-harakteristiki>
- СКОГОРЕВА О. В. (2008): «Гипертекст» в структуре содержания современной массовой газеты: средства его создания», *Mediascope*, 2. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/217> .
- СТРОЙКОВ, С. А. (2008): Лингвопрагматические характеристики англоязычного электронного лексикографического гипертекста. Автореф. дис. ... канд. филол. н. Самара. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.xn--b1andocigi.xn--plai/file/xn--b1andocigi_x/avtoreferat/Stroykov_Avtoreferat.pdf