

УДК 101.1:316:004

СМЫСЛОВЫЕ РЕАЛИИ ГИПЕРТЕКСТА В ВИРТУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В.О. Саяпин

Рассматривается виртуальная коммуникация в сети Интернет как процесс создания и движения общих смыслов. Такая ситуация актуализирует лингвистический поворот современного социально-философского знания, позволяющего переосмыслить виртуальную коммуникацию как гипертекст.

Ключевые слова: виртуальная реальность; искусственная социальная виртуальность; гипертекст; коммуникативное пространство; сетевое сообщество.

Активные исследования виртуальной коммуникации ведутся сравнительно недавно — с начала 90-х гг. прошлого столетия, вместе с тем с каждым годом эти исследования становятся все интенсивнее [17; 18]. Возрастание интереса представителей самых разных гуманитарных дисциплин (философов, культурологов, лингвистов, социологов и психологов) к данной проблематике объясняется той основополагающей ролью, которую играет глобальная компьютерная сеть Интернет в современном мире, где ее реальность конструируется человеком, а не является природным явлением.

Любой человек (коммуникант), попадая в сетевое сообщество (виртуальный мир) глобальной сети Интернет, не является абсолютным приемником социальных и коммуникативных практик, а постоянно интерпретирует их, создает и конструирует новые. И это закономерно порождает вопрос: как возможен синтез социальных действий и мыслительных действий коммуниканта? Такая постановка вопроса актуализирует лингвистический поворот современного социально-философского знания, позволяющего переосмыслить виртуальную коммуникацию в сети Интернет как гипертекст, где коммуникант способен самостоятельно формировать искусственную социальную виртуальную реальность.

В условиях сетевого сообщества виртуальная коммуникация — это процесс создания и движения общих смыслов посредством использования символов, среди которых первоочередная роль принадлежит языку. Пребывание смысла в языковых выражениях (гипертекстах) можно трактовать и как отчужденную от ком-

муниканта форму мысли. Именно поэтому гипертексты — это хранилища смыслов, отчужденные формы их пребывания в языке. Эти отчужденные (от коммуниканта) смыслы — лишь необходимая форма выражения застывшего, устоявшегося смысла в человеческой коммуникации. Назначение языка, который осваивают его носители в процессе виртуальной коммуникации, — это трансляция общечеловеческих смыслов. Смысл не порождается языком, а лишь выражается им и обязательно транслируется в пространстве сети Интернет от одного коммуниканта к другому. «Смысл в речи “выдает” сам себя, поскольку носители языка владеют общим тезаурусом и синтаксисом, они истолковывают смыслы речевых актов, опираясь на общую логику смысла» [9, с. 38].

Эпоха активного развития Интернет-технологий (технологий виртуальной коммуникации) вносит радикальные изменения в традиционные формы подачи и восприятия текстовой информации. Виртуальную коммуникацию в сети Интернет сегодня многие исследователи рассматривают как символическую, как совокупность символов (знаков, текстов), как гипертекст и это, несомненно, дает возможность приблизиться к ее пониманию. Кроме того, гипертекст как новая текстуальная парадигма рассматривается и как способ коммуникации в сетевом сообществе, ориентированном на множественные, одновременные потоки информации.

Итак, виртуальная коммуникация имеющая место в глобальном пространстве сети Интернет — «пантекстуальна» [14; 15]. Все есть текст и ничего кроме текста. Так, по мнению

Ю.М. Лотмана, «в условиях культуры, направленной на выражение и основывающейся на правильном обозначении, в частности на правильном назывании, весь мир может представлять как некоторый текст, состоящий из знаков разного порядка, где содержание обусловлено заранее, а необходимо лишь знать язык, т.е. знать соотношение элементов выражения и содержания; иначе говоря, познание мира приравнивается к филологическому анализу» [11, с. 152]. Но виртуальная коммуникация в сети Интернет — это даже не текст, это гипертекст, причем элементами такого широко понимаемого гипертекста могут служить и графически, аудиально, визуально представленные блоки информации. Так, по мнению В.Л. Эпштейна, гипертекст позволяет связывать текст, аудио, фотографии, чертежи, карты, движущиеся картинки и другие формы информации в осмысленное целое, к которому может осуществляться доступ при помощи системы индексации, ориентированной на конкретные идеи, а не на конкретные слова в тексте [27].

В настоящее время пространство сети Интернет постоянно расширяется, увеличивается и количество виртуальных коммуникаций, т.е. передается все большее количество гипертекстов, которые, переплетаясь, конструируют новые гипертексты. «Гипертекст — это многомерная сеть, в которой каждая точка или узел самостоятельно и без малейшего труда увязывается с любой точкой или узлом текста» [24, с. 276]. Смысловые конструкторы этого гипертекста, а также связи между смыслами данного гипертекста и смыслами других гипертекстов обнаруживаются в пространстве сети Интернет относительными и неустойчивыми. Это позволяет коммуниканту, исходя из своей смысловой структуры, осуществлять виртуальную коммуникацию в направлениях, определяемых по его выбору.

Гипертекст виртуальной коммуникации в сети Интернет творится из других гипертекстов, он находится в процессе постоянного установления новых связей, переработки, интерпретации и реинтерпретации. Здесь гипертекст виртуальной коммуникации играет важную информационно-смысловую роль, он и как источник, и как результат приобретает статус универсальной формы существования. Совершая трансформирование от знака к тексту, от текста к гипертексту, от смысла к набору смыслов, к виртуальному событию, гипертекст

превращается в автономную структуру — искусственную социальную виртуальную реальность. «Оперирование средствами и содержанием гипертекста приводит к осуществлению коммуникативного акта, т.е. образованию и виртуальной реальности, и некоего общего смысла — ценностно-когнитивного мира личности, пребывающей в этой реальности» [14, с. 145].

Таким образом, этот виртуальный мир, эта реальность, есть не что иное, как реализация одной из мыслимых (коммуникантом) возможностей (положения дел). Это положение дел презентуется в качестве искусственной социальной виртуальной реальности. Такая искусственная социальная виртуальная реальность, всегда являясь искусственным созданием, проявляется в форме гипертекста (картинки на экране монитора) и претендует в сети Интернет на представление (презентацию) виртуального мира как реального, как замещающего реальный мир. Искусственная социальная виртуальная реальность — это символическая, расширяющаяся виртуальная реальность, где производство гипертекстов (смыслов) и установление между ними бесконечного количества связей приводит к возникновению смыслов второго, третьего и т.д. порядков. Эта виртуальность производит свое содержание, т.е. саму себя, по мере развития самого коммуниканта.

Впервые концепцию гипертекста выдвинул В. Буш в 1945 г. в статье «As we may think» [28]. Он предложил проект электронно-механического устройства, где с помощью механических средств тексты, записанные на микрофильмы, связывались между собой так, что переход от одного к другому осуществлялся непосредственно, даже если физически они были расположены далеко друг от друга. Тексты, связанные между собой, оставляли «след», траекторию движения по тексту. Текст в целом приобретал разветвленную структуру, и в этом описании нетрудно увидеть черты современных технических устройств построения сети Интернет. Важно подчеркнуть, что В. Буш и его последователи смотрели на гипертекстовые системы прежде всего, с инженерной и научной точки зрения, так, по их мнению, возникает новая профессия проходчиков виртуальных троп (trail blazers), людей, которые находят удовольствие в создании и построении полезных путей сквозь массу обычных данных [28]. Однако их задачей было, в конечном счете, расширение

человеческих возможностей, которые в силу принципиальной новизны организации информации воплотить во времена Буша так и не удалось.

Непосредственно термин «гипертекст» был введен в обращение Т. Нельсоном в 1965 г. для описания документов, которые выражают нелинейную структуру идей в противоположность линейной структуре традиционных книг, фильмов и речи. Эти документы предназначались для компьютеризированной обработки и чтения. Т. Нельсон писал: «Под “гипертекстом” я понимаю непоследовательную запись — текст, который разветвляется и позволяет читателю выбирать... Обычно процесс письма осуществляется последовательно по следующим двум причинам. Во-первых, потому что он является производным от речи... которая не может не быть последовательной (так как у нас для этого только один канал), и, во-вторых, потому что книги неудобно читать иначе как последовательно. Однако мысли образуют структуры, которые не являются последовательными — они связаны многими возможными переходами» [29].

Одновременно с Т. Нельсоном термин «гипертекст» употребляется другим автором в пределах иной концепции для описания другой реалии. Представитель французского структурализма Ж. Женетт издает в 1982 г. работу «Палимпсесты: литература второго уровня» («Palimpsestes: la littérature au second degré»), посвященную исследованию транстекстуальных отношений. В этом труде автор определяет гипертекст как «любой текст, произведенный от предшествующего текста путем прямой трансформации (трансформации просто) или непрямой трансформации (имитации)» [цит по: 28].

Следует обратить внимание, что Ж. Женетт употребляет термин «гипертекст», не ссылаясь на концепцию Т. Нельсона. Понятию «гипертекстуальность» в том смысле, который в него вкладывал Нельсон, соответствует транстекстуальность Женетт, как взаимоприсутствие двух или нескольких текстов вообще. Ясно лишь то, что оба исследователя при создании понятия гипертекста подверглись влиянию идей представителей деконструктивизма и постмодернизма: Ж. Деррида («нелинейное письмо»), Ю. Кристевой («диалог между текстами»). Прототипом современного понятия гипертекста

следует также считать идею «диалога» М.М. Бахтина.

В современной науке понимание этого термина многоаспектно и неоднозначно, в первую очередь, потому, что само явление гипертекстуальности в ее современном осмыслении возникло на стыке нескольких наук, как технических, так и гуманитарных. Так, по мнению Т.И. Рязанцевой, в самом термине как бы заложены основы понимания этого явления: гипертекст — это текстовая структура, превосходящая текст как по принципам организации, так и по информационной природе. Гипертекст — новое информационное пространство, позволяющее преодолеть формальную обособленность отдельного текста и объединить его с другими отдельными текстами путем создания системы связей между ними [16, с. 36]. Понятием, наиболее полно раскрывающим концепцию гипертекста, является, на наш взгляд, дефиниция, предложенная М.М. Субботиным в статье «Новая форма письменной коммуникации»: «Гипертекст — соединение смысловой структуры, структуры внутренних связей некоего содержания, и технической среды, технических средств, дающих возможность человеку осваивать структуру смысловых связей, осуществлять переходы между взаимосвязанными элементами» [20, с. 134]. Следовательно, гипертекст — это способ организации, построения текста, состоящего из смыслов, позволяющий устанавливать коммуниканту виртуальную коммуникацию на смысловом уровне.

Гипертекст — это нелинейный текст (мозаичная структура) [23], состоящий из обычного в нашем понимании текста, а также гиперссылок. Приставка «гипер-» значит «над» и, таким образом, указывает на усложнение структуры данного явления по сравнению с текстом, что позволяет говорить о гипертексте как о более сложном явлении. Как компонент гипертекста сети Интернет гиперссылки (веб-ссылки) являются автоматическими в отличие от тех ссылок, что располагаются на страницах словарей и энциклопедий. Гиперссылки — это метки, отсылающие коммуниканта к другим текстам, в иное смысловое пространство, и у них есть следующие особенности: гиперссылки выделяются на фоне обычного текста — так, чтобы их сразу же было видно и невозможно было бы перепутать ни с чем другим (они чаще всего подчеркиваются и «окрашиваются» в другой по сравнению с обычным текстом цвет); гипер-

ссылки обычно имеют собственное название, и к ним добавляются всплывающие подсказки для более точного объяснения того, куда попадет коммуникант после нажатия на ссылку.

Гиперссылка является основополагающим структурным элементом гипертекста, средством связи между его фрагментами. Понятие гиперссылки становится существенным для понимания связности и цельности гипертекста в пространстве сети Интернет. Хотя в гипертексте и заключено единство темы, обо всей смысловой целостности гипертекста говорить невозможно, так как отдельные связные сегменты гипертекста могут иметь различные темы. Как отмечает О.В. Дедова, в любом гипертексте должны быть реализованы два структурных элемента: отдельная информационная единица и средство, делающее возможным переход от одной информационной единицы к другой и эксплицирующие имплицитно выраженные в тексте семантические и ассоциативные связи [5].

По мнению многих исследователей — Ю. Хабермаса, М.М. Бахтина, М.К. Мамардашвили — всякий текст является коммуникативным. Но здесь следует оговориться, всякий текст лишь потенциально является коммуникативным действием, но это еще не значит, что он включен в процесс коммуникации, т.е. здесь возникает различие между посланием и сообщением текста. Посланность текста не означает еще его сообщенности (Мамардашвили) [12], как произнесенность некоторой фразы не означает диалога (Бахтин) [3]. С другой стороны, Ю. Хабермас тоже считал, что никакой текст (речь) не может считаться коммуникативным действием без учета внеречевого (внетекстуального) контекста [22]. Поэтому процесс виртуальной коммуникации означает, что отдельный гипертекст обладает качеством сообщенности кому-либо, если он включен в пространство преобразования (пространство сети Интернет) и его коммуникативная среда доступна непосредственно или при помощи специально организованных средств, а сама виртуальная коммуникация является не потенциальной, а реально intersubjectивной.

Всякий гипертекст своим содержанием определяет коммуникативную среду — внутреннюю смысловую среду гипертекста, намеренно встроенную во множество актуальных контекстов, содержащую совокупность прямых или косвенных адресатов, которым он предназна-

чен или которым явно или скрыто оппонирует. Вот эта намеренная отсылка смысла к актуальным контекстам и адресатам и есть условие коммуникативности: смысл гипертекста должен быть подан через коммуникативную среду. Это что касается внутреннего содержания гипертекста. С другой стороны, всякий гипертекст становится intersubjectивным, будучи помещенным в реальный процесс виртуальной коммуникации, в реальное пространство преобразования.

Этот процесс преобразования впервые обнаруживает себя как творческий процесс самого коммуниканта, его внутренний диалог, постоянную постановку себя то в позицию автора (творца), то в позицию потенциального реципиента (адресата). Собственно поэтому первичная среда преобразования порождается самим актом творчества, то есть первичным коммуникативным актом. Вторичный коммуникативный акт связан уже с внешним пространством гипертекста, которое в таком случае оказывается пространством виртуальной коммуникации. Коммуникативная среда — внутренний коммуникативный содержательный смысл гипертекста, пространство коммуникации (или коммуникативное пространство) — внешнее пространство процесса виртуальной коммуникации, в который вовлечен гипертекст.

В настоящее время освоение гипертекста как способа виртуальной коммуникации происходит в русле двух взаимосвязанных тенденций развития самой виртуальной коммуникации.

Первая тенденция связана с увеличением объемов информации и использованием компьютерной техники и Интернет-технологий в качестве средства виртуальной коммуникации. Виртуальная коммуникация в современном мире может быть охарактеризована как производство чрезмерной смысловой избыточности. Потoki информации образуют сложные, пересекающиеся в пространстве и времени структуры, требующие одновременного включения коммуниканта и в различные коммуникативные сферы. В результате, коммуникант находится как бы на пересечении этих потоков, пытаясь «прочитать» сразу по несколько сообщений.

Вторая тенденция связана с нарушением целостности мировосприятия, возникновением множественных, дополняющих друг друга структур знания. Элементы такого знания взаимодействуют на различных уровнях и образуют «рассеянные», «децентрализованные»

конфигурации. Множество сетевых сообщений укладывается не в жесткие иерархические структуры, а в мозаику. Подобные наслоения требуют гибких сетевых структур, таких как гипертекст.

Многие исследователи — У. Эко, В.Л. Эпштейн, М.М. Субботин, О.В. Дедова, М. Визель и ряд других — в своих работах отмечают следующие признаки гипертекста, такие как нелинейность, фрагментарность и принцип монтажа, игра означающего, незаконченность, открытость, диалогизм, мультимедийность, интерактивность, изменение отношения «автор-читатель» («смерть автора»), что неоспоримо превращает его в один из феноменов постмодернизма. «Безграничные возможности для культурной дифференциации, полифоничность, шизоидность Интернета, отсутствие иерархии, “виртуальная смерть автора”, частичная автодеконструкция текста, попавшего в гипертекстовую среду, — все это создает ощущение, что только в Интернете по-настоящему выполняются все пункты постмодернистской программы» [8].

Гипертекст, разрушающий линейность, детерминированность и однозначность передаваемой информации, оказался инструментом, чрезвычайно созвучным постмодернистской ситуации. Рассмотрим подробнее характерные признаки гипертекста как формы установления виртуальной коммуникации с позиции постмодернистской теории.

Центральным признаком гипертекста является нелинейность, непоследовательность построения и восприятия информации. М.М. Субботин отмечает, что в «чистом» гипертексте нет иерархической структуры, нет фиксированного начала и конца; здесь нет и замкнутости, присущей обычному, линейному тексту [20]. Нелинейное и линейное представление информации представляют собой две стороны мыслительных способностей коммуниканта, т.к. следы мысли, представленные в письме, обретают способность к самостоятельной жизни. Разница в том, что линейный текст имеет четкую последовательность, а нелинейный (гипертекст) — мозаичную структуру. Интерпретация уравнивает в правах и текст, и гипертекст, т.е. оба эти явления — нечто интерпретируемое, и в процессе интерпретации рождается новое содержание и новый смысл, отличные от первоначального авторского замысла. Структурированные авторские мысли в

линейном тексте понимаются реципиентом в процессе мыслительного диалога и интерпретируются с опорой на фоновые знания и индивидуальный опыт. Гипертекст, помимо текстовой интерпретации (что сближает его с текстом), линеаризируется и структурируется согласно прочтению реципиентом и авторскому замыслу одновременно. Таким образом, при чтении гипертекста происходит процесс двойной интерпретации — авторского замысла структуры и авторского замысла смысла.

Основоположником идеи нелинейного письменного текста принято считать французского философа, основателя идеологии постмодернизма Ж. Дерриду. В своей работе «О грамматологии» автор указывает, что то, с чем имеет дело современное мышление, не может быть представлено на письме линейно, в форме книги [7]. В основе идей Дерриды о пути преодоления линейного письма лежит диалогическое мировоззрение М.М. Бахтина, критиковавшего монологизм линейного текста [3]. Нелинейное письмо станет, уверен Ж. Деррида, реальным фактом современной культуры, представляющим собой странствование в некотором смысле словом пространстве, игру переходов в нем [7].

Гипертекст, не имеющий иерархической структуры, можно также сопоставить с мочкообразным корнем ризомы Ж. Делеза и Ф. Гваттари: «...главный корень сделал выкидыш или разрушился в своем окончании, породив множество бурно развивающихся вторичных корней... От этого единство не исчезает, существуя как прошлое и будущее, как возможное». «Чистые», лишённые иерархии гипертексты сравнимы с ризомой: «...в ризоме нет участка, который был бы для какого-то другого участка корневым, осевым или находился бы по отношению к нему в метапозиции... В этой системе невозможно выделить центр, вечно плывущий и уплывающий» [6, с. 13].

Нелинейный способ представления информации позволяет коммуникатору интерактивно участвовать в выводе информации, взаимодействуя каким-либо образом со средством отображения мультимедийных данных. Этот способ представления информации позволяет связывать в осмысленное целое на основе эксплицитно выраженных внутренних связей как собственно печатный текст, так и аудио- и видеозаписи, фотографии, иллюстрации, анимацию и т.д. Данное свойство гипертекста называется

мультимедийностью. Однако Ш. Мюнц предлагает употреблять для обозначения названного свойства гипертекста другой термин — «гипермедийность» [30].

Другим признаком гипертекста является гипертекстуальность. Данным понятием принято обозначать специфику поведения письменного текста в гиперсреде [29]. Под гипертекстуальностью понимается «совокупность специфических особенностей гипертекста в изложении, структурировании и организации доступа к информации» [5, с. 32]. Как правило, линейный текст не подвергается простому формальному делению на отрезки, обладающие смысловой законченностью, целостностью и когерентностью — теми заявками, которые предъявляются к отдельным информационным единицам гипертекста. Кроме того, необходима реализация системы гиперссылок.

Для обнаружения специфики построения и восприятия гипертекста любопытным представляется соотношение понятий гипертекстуальности и интертекстуальности. Принцип интертекстуальности, где всякий текст создается в виде «цитатной мозаики», прямых или косвенных ссылок на ранее воспринятые чужие тексты, основан на «идеи диалога» М.М. Бахтина и введен в научный обиход постструктуралистом Ю. Кристевой [10]. Данный принцип предполагает такое свойство письменного текста, как реализация в нем совокупности ранее созданных текстов, которая может осуществляться даже независимо от воли автора. Так, по мнению Р. Барта, «всякий текст есть между-текст по отношению к другому тексту» [2, с. 418], т.е. фактически любой текст скрыто или явно связан с множеством других текстов. Барт высказывает утверждение, что каждый текст, является интертекстом; другие тексты присутствуют в нем на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах: тексты предшествующей культуры и тексты окружающей культуры. Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат [1]. Тем самым интертекстуальность разрушает границы обычного текста, его замкнутость и конечность и воплощает те же принципы, что лежат в основе гипертекстовых технологий: бесконечность и открытость, базирующиеся на множестве интерпретаций. Исходя из этого, возможно констатировать, что гипертекстуальность является воплощением идеи интертекстуальности. Однако эти понятия не идентичны. По мнению

О.В. Дедовой, главное их отличие заключается в том, что гипертекст стремится к экспликации имплицитно заложенного смысла, демонстрации связей, вне системы которых он не существует [5].

В настоящее время виртуальная коммуникация (гипертекст) оказывает существенное влияние на традиционные отношения автора и читателя. Изменение авторской и читательской позиций в социокультурном, коммуникативном пространстве сети Интернет неотъемлемо связано с идеологией постмодернизма. Постмодернистская концепция текста как интертекста, «текста, сотканного из цитат» выносит на первый план проблему автора, который утрачивает традиционные функции [2]. Основными факторами «смерти автора» Р. Барт считает изменение временной перспективы (изживание идеи линейности, в рамках которой автор предшествует тексту) и то, что текст представляет собой многомерное пространство, состоящее из цитат, отсылающих ко многим источникам человеческой культуры. По мнению автора, источник текста находится не в письме, а в чтении и вся множественность значений текста фокусируется в читателе. Однако «рождение читателя приходится оплачивать смертью Автора» [2, с. 391]. В своей статье «Что такое автор?» М. Фуко выразил сходную позицию в отношении интерпретации автора: «Письмо теперь — это добровольное стирание, которое и не должно быть представлено в книгах, поскольку оно совершается в самом существовании писателя. Творение, задачей которого было приносить бессмертие, теперь получило право убивать — быть убийцей своего автора» [21, с. 14]. По оценке Ю. Кристевой, автор становится «кодом, не-личностью, анонимом и стадия автора» — это в системе отчета текста стадия нуля, стадия отрицания и изъятия [10, с. 439].

В постмодернистской текстологии фигура автора тотально утрачивает свою психологическую артикуляцию и деперсонифицируется, а сам гипертекст наделяется характеристиками многомерности смысла, позволяющей не учитывать замысел автора. Возникновение смысла реализуется путем ориентации на читателя, т.е. происходит переориентация с фигуры автора на фигуру читателя, обладающего свободой и интеллектуальной самостоятельностью. Читатель занимает активную позицию, он становится «искушенным читателем» и носителем «интертекстуальной энциклопедии» [25].

Диалог автора и читателя в постмодернистском гипертексте становится своеобразной игрой, бесконечным полем для игры письма. «Идеальный» постмодернистский читатель, как отмечает У. Эко, должен быть «сообщником», готовым играть в игру, предложенную автором; читателем, который станет добычей текста [26], однако читатель не может использовать текст так, как ему хочется, но лишь так, как сам текст хочет быть использованным [25]. Участвуя в игре, предлагаемой ему автором и текстом, читатель (как и сам автор) попадает в искусственную виртуальную реальность, гиперреальность [4].

Все упомянутые признаки гипертекста (гипертекстуальность, нелинейность, неиерархичность, возможность интерактивного общения автора и читателя) как формы установления виртуальной коммуникации лежат в основе реализации другого принципа — открытости и незавершенности.

Проблема незавершенности гипертекста наглядно представлена в работе Р. Барта «S/Z», где автор, характеризуя текст-письмо («идеальный текст») как пронизанный сетью бесчисленных, «переплетающихся между собой внутренних ходов» [1, с. 48] и не имеющий границ, вводит категорию множественности и смысловой вариативности. «Этим сугубо множественным текстом способны завладеть различные смысловые системы, однако их круг не замкнут, ибо мера таких систем — бесконечность самого языка» [Там же].

Принцип открытости гипертекста (текста без границ) нашел свое осмысление в трудах Ж. Дерриды, где он представляет гипертекст как множество уже созданных текстов, которые не выстроены в линейную последовательность и в то же время образуют нечто единое, пересекаются друг с другом, переходят друг в друга. В совокупности текстов, по мнению Ж. Дерриды, можно двигаться непрерывно, следуя бесконечным отсылкам следов мысли друг к другу; силой мысли и воображения разрушается фактическая линейность и замкнутость реальных текстов [20]. Далее, текстовый материал становится принципиально открытым, в него можно вставлять новые текстовые фрагменты, указывая для них связи с уже имеющимися фрагментами [13]. Следовательно, гипертекст является абсолютно открытым для любого потребителя информации. Он проявляет себя как «открытый поступок», и его

смысл «пребывает в неопределенности». Гипертекст открыт каждому, кто умеет читать.

Итак, рассмотренные нами наиболее существенные признаки понятия гипертекста в рамках теории постмодернизма позволяют сделать вывод, что гипертекст начинает функционировать в сети Интернет подобно социальным объектам. Он принадлежит и миру людей, и миру знаков и включает в себя определенные институты (например, автора или авторов в гипертекстовом романе, способы хранения, оформления, градации, передачи текстов), которые позволяют если не регулировать, то менять направленность движения как по гипертексту, так и самого гипертекста.

Гипертекст есть форма установления виртуальной коммуникации — смысловой и идеально-содержательный аспект социального взаимодействия, т.е. специфический институт искусственной социальной виртуальной реальности, со своими функциями и структурой. Гипертекст как смысл человеческого действия — это то, что адресовано неопределенному кругу потенциальных «читателей». Превращение текста в гипертекст, движение по гипертексту (от текста к тексту, в форме ссылок), связь между гипертекстами приводит к его институализации. В процессе институализации в сети Интернет происходит упорядочение хаотических социальных отношений, придание им смысла, содержания и определенной социальной направленности на выполнение необходимых и значимых для сетевого сообщества социальных функций.

У гипертекста нет структурного единства ни между составляющими его текстами, ни между взаимодействующими с ним и между собой коммуникантом и реципиентом, есть только одно — виртуальная коммуникация. Процесс виртуальной коммуникации выходит на передний план, складываясь из репрезентирующих друг друга более мелких коммуникативных актов. Система коммуникативных актов в гипертексте обнаруживает себя в превращенной форме одним непрерывным смыслом. Только коммуникант его дифференцирует, делает дискретным с целью понимания, а сам по себе этот непрерывный смысл (мыслимое положение дел) и есть искусственная социальная виртуальная реальность, которая проявляется в форме гипертекста и претендует в сети Интернет на представление (презентацию) виртуаль-

ного мира как реального, как замещающего реальный мир.

В целом в гипертексте происходят процессы установления все новых и новых внутренних связей между его составляющими, что порождает новые акты, сферы и формы виртуальной коммуникации. Однако при длительной навигации в виртуальной коммуникации может нарастать смысловая избыточность в форме дублирования текстов и в их количественном росте. Гипертекст обеспечивает функционирование чрезмерной смысловой избыточности в социокультурном, коммуникативном пространстве сети Интернет. Смыслы при этом могут размываться, смешиваться, уходить на задний план, становиться «информационным шумом», рождаться и умирать. «В гипертексте известное для человека соединено с неизвестным, удерживаемое в памяти — с забытым. Уже сама навигация в гипертексте, выбор путей связей в сети активизирует ассоциации в сознании человека, помогает ему искать новые идеи» [13, с. 216], а также терять их в информационном шуме. Компьютер, предназначенный ранее для упорядочения больших потоков информации, став элементом сети Интернет, теперь лишь усиливает неопределенность и асимметричность виртуальной коммуникации.

Все это наводит на мысль о «постмодернистском» характере современной виртуальной коммуникации. Гипертекст становится как бы следствием и основным выражением идей постмодернизма. Однако идеи постмодернизма представляют собой некий метафизический конструкт, позволяющий выразить сущность разрыва, сдвига гуманитарных наук. Постмодернистская философия дает возможность осмыслить этот разрыв, ощутить его, но, существуя в этом разрыве, человек постмодерна тем не менее стремится каким-то образом закрепиться, ухватиться за нечто осязаемое, создать новую, более тонкую категориальную систему.

Таким образом, виртуальная коммуникация во все большей степени перемещается в виртуальный мир сети Интернет, которая через свое функционирование создает техническую базу для вовлечения в эту коммуникацию все большего количества людей, что определяет ее действительно массовый характер. Виртуальная коммуникация осуществляется в условиях множественного, фрагментарного дискурса, который постоянно разрастается и осваивает новые форматы (текст перестает быть только тек-

стом, видео и звук являются его неотъемлемыми частями). Виртуальная коммуникация является опосредованной коммуникацией, уникальным средством передачи информации, а от характера передачи информации напрямую зависит качество и эффективность самого процесса коммуникации.

Сегодня социокультурное, коммуникативное пространство глобальной сети Интернет строится из распадающихся фрагментов текста культуры, конструируясь по принципу монтажа, или коллажа. Тем не менее познающий субъект стремится воссоздать целостность культуры, придать ей некую, пусть свободную и аморфную, но форму. В условиях хаотичных, распределенных структур существования нелинейный текст, рассредоточенный в пространстве, дает возможность свести множество значений воедино во времени и тем самым обеспечить целостность восприятия. Ведь гипертекст позволяет зафиксировать ускользающие значения в виде гибких связей-переходов, избежать строгой последовательности, но вместе с тем, обозначив «отсутствие», превратить его в «присутствие».

Пространство сети Интернет, где происходят виртуальные коммуникации, имеет практически такую же безграничность, как и реальное пространство. Однако ее масштабность воспринимается неадекватно, так как на перемещения в ее рамках не нужно сколько-нибудь значительного времени. В то же самое время это пространство включает огромные массивы информации, которые находятся в динамическом состоянии, они постоянно меняются, пополняются, движутся от коммуниканта к реципиенту и в конечном итоге презентуют искусственную социальную виртуальную реальность.

Следовательно, искусственная социальная виртуальная реальность [19] составляет сегодня наполненность виртуального мира сети Интернет, и именно она во многом определяет содержание виртуального.

Список литературы

1. *Барт П. S/Z*. М.: Академический Проект, 2009.
2. *Барт П. Смерть автора // Избранные работы: Семиотика: Поэтика*. М.: Прогресс, 1989. С.384–391.
3. *Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества*. М.: Художественная литература, 1979.
4. *Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции // Философия эпохи постмодерна: сб. переводов и ре-*

- фератов. Минск, 1996. С.32–47.
5. Дедова О.В. Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма // Вестн. Моск. ун-та. Сер.9: Филология. 2001. №4. С.22–36.
6. Делез Ж., Гваттари Ф. Ризома // Философия эпохи постмодерна. Минск, 1996. С.7–31.
7. Деррида Ж. О грамматологии. М.: А.А. Marginem, 2000.
8. Корнев С. «Сетевая литература» и завершение постмодернизма: Интернет как место обитания литературы // Новое литературное обозрение. 1998. №32. URL: <http://www.zhurnal.ru/slova/teoriya/kornev.htm> (дата обращения: 18.04.2012).
9. Кравец А.С. Понимание смысла социальной деятельности: монография. Воронеж: Изд.-полиграф. центр Воронеж. гос. ун-та, 2008.
10. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: от структурализма к постструктурализму. М.: Прогресс, 2000. С.427–457.
11. Лотман Ю.М., Успенский Б.А. О семиотическом механизме культуры // Труды по знаковым системам. Тарту, 1971. Т.5. С.144–166.
12. Мамардашвили М. Необходимость себя. М.: 1996.
13. Опенков М.Ю. Развитие визуального мышления и компьютерная революция // Когнитивная эволюция и творчество. М.: 1995. С.205–224.
14. Орехов С.И. Поиск виртуальной реальности: монография. Омск: Изд-во ОмГПУ, 2002.
15. Пивоваров Д.В. Проблема носителя идеального образа: операционный аспект. Свердловск: Изд-во Урал ун-та, 1986.
16. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронные коммуникации. М.: Изд-во ЛКИ, 2010.
17. Саяпин В.О. Компьютерная виртуальная реальность: границы искусственно созданных миров // Вестн. Тамбов. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2006. Вып.2(42). С.138–143.
18. Саяпин В.О. Компьютерная реальность как новейшая форма виртуального // Вестн. Тамбов. гос. тех. ун-та. 2006. Т.12, № 3Б. С.904–907.
19. Саяпин В.О. Концептуализация виртуальной реальности: дис. ... канд. филос. наук. Воронеж, 2007.
20. Субботин М.М. Гипертекст: Новая форма письменной коммуникации // Итоги науки и техники. 1994. Т.18.
21. Фуко М. Что такое автор? // Воля в истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М.: Магистериум, Касталь, 1996. С.7–46.
22. Хабермас Ю. Коммуникативное действие и дискурс. М.: Мысль, 1993.
23. Хартунг Ю. Гипертекст как объект лингвистического анализа // Вестн. Моск. ун-та. Сер.9: Филология. 1996. №3. С.61–77.
24. Эко У. От Интернета к Гутенбергу // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета. М.: Традиция, 2000. С.275–279.
25. Эко У. Роль читателя: исследования по семиотике текста. СПб.: Симпозиум. М.: Изд-во РГГУ, 2005.
26. Эко У. Собрание сочинений в 3 т. СПб.: Симпозиум. 2000. Т.1.
27. Эпштейн В.Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. URL: <http://www.lingvolab.chat.ru/library/hypertext.htm> (дата обращения: 25.04.2012).
28. Bush V. As we may think // Atlantic Monthly. Vol.176. No1. 1945. P.101–108. URL: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1945/07/as-we-may-think/303881/> (дата обращения: 08.04.2012).
29. Landow G.P. Hypertexte: The Convergence of Contemporary Critical Theory & Technology. URL: <http://www.stg.brown.edu/projects/hypertext/landow/ht/contents.html> (дата обращения 25.04.2012).
30. Münz S. Définitions sur l' «hypertexte». URL: <http://fr.selfhtml.org/introduction/hypertexte/definitions.htm> (дата обращения 25.04.2012).

SEMANTIC REALIAS OF HYPERTEXT IN VIRTUAL COMMUNICATION

Vladislav O. Sayapin

Tambov State University named after G.R. Derzhavin; 33, International str., Tambov, 392000, Russia

The article deals with virtual communication on the Internet, a process creation and movements of the common meanings. This situation is updated by the linguistic turn of contemporary social and philosophical knowledge, allows us to rethink the virtual communication as a hypertext.

Key words: virtual reality; artificial social virtuality; hypertext; communicative space; online community.