

ГИПЕРТЕКСТ В ЛИТЕРАТУРЕ, ЖУРНАЛИСТИКЕ И ПИАРЕ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

Е. Ю. Чилингар

Термин «гипертекст», впервые введённый в обращение полвека назад Тедом Нельсоном¹ для описания документов, отражающих нелинейную структуру идей, получил сегодня широкое распространение.

Гипертекст как новая информационная парадигма может рассматриваться как способ коммуникации в обществе, ориентированном на множественные одновременные потоки разнотипной информации, которые не могут быть целиком восприняты и усвоены субъектом. Усвоение всей суммы знаний становится невозможным, а жёсткое структурирование такого знания труднодостижимо. Знание организуется в гипертекст, в сеть относительно свободных сообщений, которые могут объединяться и распадаться в процессе производства и потребления знания.

Развитие гипертекста как способа ассоциативного представления информации произвело революцию в восприятии действительности. На основе гипертекста построен Интернет, ставший неотъемлемой частью информационного общества. Среди особенностей присущего Интернету способа организации информации выделяются следующие: а) активная позиция читателя и стирание границ между автором и читателем; б) способность гипертекста к постоянным обновлениям и изменениям; в) отсутствие традиционных начала и конца; г) децентрализованность; д) демократичность (Дж. Ландау, Р. А. Лэнхэм, Дж. Д. Болтер и др²).

Стремительность мировой экспансии Интернета, его проникновения в различные сферы человеческой деятельности свидетельствует о том, что гипертекст, развиваясь в тесной взаимосвязи с потребностями общества, сумел затронуть глубинные потребности человеческого общения.

В противовес традиционному тексту гипертекст предполагает читательскую свободу в выборе последовательности прочтения текста.

Схематически гипертекст можно разделить на несколько основных блоков :



Актуальный текст — основной текст, который автор хочет донести до читателя.

Претексты — это тексты, без знания которых невозможно понимание актуального текста. На эти тексты идут ссылки из актуального текста. Читатель может

обращаться к этим текстам для получения дополнительных знаний или не обращаться, если уже владеет необходимой информацией для понимания актуального текста.

Посттексты — это тексты, порождённые читателями после прочтения актуального текста. Это может быть, например, пересказ своих впечатлений другу, ответ на уроке, комментарий в блоге или любое другое использование и передача полученных знаний.

Существуют также *прецедентные тексты* — это стихийно или сознательно отобранные тексты, которые рассматриваются как общеизвестные в конкретной речевой культуре, и поэтому допускаются особые формы их использования, они не нуждаются в специальных ссылках. Элементом владения культурой считается знание прецедентных текстов, базовый набор которых различен для каждой культуры (субкультуры) и меняется с течением времени.

Термин «прецедентный текст», впервые предложенный Ю. Н. Карауловым, определяется как «значимый для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющий сверхличностный характер, т. е. хорошо известный широкому окружению данной личности, включая её предшественников и современников, обращение к которому возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности»³. Караулов называет прецедентный текст «хрестоматийным» благодаря его широкой известности и утверждает, что знание прецедентных текстов есть показатель принадлежности к характерной эпохе и её культуре, тогда как их незнание, наоборот, есть показатель недостатка осведомлённости, граничащего с необразованностью. Прецедентный текст редко вводится в дискурс целиком, главным образом он вербализуется семиотически (пересказом, цитированием или намёком). За каждым прецедентным текстом стоит его национально-детерминированное минимизированное представление, обладающее яркими коннотациями и ассоциациями. Это, по мнению Д. Б. Гудкова⁴, является основным критерием прецедентности текста.

Принцип организации информации, который Нельсон предложил называть гипертекстом, не является чем-то новым, ранее неизвестным. Наоборот, нелинейная форма представления знаний традиционна для религиозных писаний, широко использующих многочисленные сноски, ссылки, комментарии и комментарии на комментарии.

Примером может служить Библия. Она состоит из книг Старого и Нового завета. Книги разбиты на стихи, пронумерованные в пределах каждой книги без повторений. Каждый стих является целостной сверхфразовой единицей, раскрывающей некоторую микротему. В начале каждой главы канонической Библии мелким шрифтом дано её оглавление с указанием стиха, с которого начинается каждый её отрывок. Эти ссылки не являются частью текста, но печатаются, чтобы читатель мог легче находить желаемое место в Библии. Многие стихи сопровождаются ссылками на другие стихи этой же или других книг, что позволяет читать Библию нелинейно, выбирая ту или иную последовательность чтения по ссылкам в зависимости от умонастроения и возникающих в процессе чтения очередного стиха ассоциаций.

Например, в первой главе Первой книги Моисеева (Бытие) даны ссылки на Псалтырь, 88 псалом, стих 12–13 — «Твои небеса и Твоя земля; вселенную и что

наполняет её Ты основал. Север и юг Ты сотворил; Фавор и Ермон о имени Твоём радуются»; 135 псалом, стих 5 — «Который сотворил небеса премудро, ибо вовек милость Его»; 145 псалом, стих 6 — «Сотворившего небо и землю, море и всё, что в них, вечно хранящего верность»; Деяния святых апостолов, глава 14, стих 15 — «Мужи! что вы это делаете? и мы — подобные вам человеки, и благовествуем вам, чтобы вы обратились от сих ложных к Богу живому, Который сотворил небо и землю и море и всё, что в них» и другие ссылки. В свою очередь, в Деяниях святых апостолов, глава 14, даётся обратная ссылка на Первую книгу Моисееву Бытие, главу 1, стих 1 — сотворение неба и земли; а также даются ссылки на другие места Библии — Книгу пророка Амоса, 2 главу, стих 4 и так далее.

Задолго до Нельсона появился и такой гипертекстовый жанр, как научная статья (трактат, диссертация, монография). В процессе написания научной работы её автору приходится ссылаться на литературу, разыскивать термины в словаре или глоссарии, составлять заметки на карточках или в отдельных файлах. В результате научная работа содержит большое число ссылок и сносок на предметный указатель, другие главы и разделы, библиографию, рисунки, таблицы и т.п., которые дают возможность найти дополнительную информацию по изложенной теме.

Культура в целом представляет собой гипертекст, состоящий из текстов религии, произведений искусства, народного творчества, законов и т.д. Так, например, словосочетание «Средневековая Европа» вызывает сложный гипертекстовый образ, состоящий из исторических, архитектурных, литературных, музыкальных, религиозных и других образов, в свою очередь составленных из наших представлений о компонентах этих образов (например, знакомые нам произведения отдельных авторов, составляющие образ «средневековая литература»). Эти части могут иметь иерархические или равноправные текстовые структуры. Можно говорить о совокупности произведений того или иного художника, писателя, композитора, режиссёра или, например, о каком-то профессиональном словаре, энциклопедии (по эстетике, философии, литературе, сюрреализму и т.п.) как о едином гипертексте.

Гиперлитература — новый вид литературного произведения, для которого характерны черты гипертекста (внутренние корреляционные ссылки, отсутствие линейного повествования). Гиперлитература используется для создания эффекта игры, свойственного постмодернистской литературе: количество значений изначального текста расширяется благодаря читательскому формированию сюжетной линии. Одно из ярчайших произведений, которое характеризуется гипертекстовостью, — роман-лексикон М. Павича «Хазарский словарь».

«До изобретения компьютера поэты и писатели мечтали о полностью открытом тексте, который читатели могли бы переписывать, как им нравится, бесконечное количество раз. Такова была идея Малларме. Джойс задумал “Поминки по Финнегану”, мечтая об идеальном читателе, мучимом “несонницей”. Макс Запрота в пятидесятые годы опубликовал роман, в котором страницы можно было перемешивать, чтобы получались разные сюжеты. Джанни Баллестрини заложил в свое время в один из самых первых компьютеров серию строф, и компьютер выдавал множество стихотворений. Рэймон Кено изобрел алгоритм, благодаря которому стало воз-

можным получить бесконечное количество стихов с бесконечным количеством вариантов строк»⁵ (в русском переводе — «Сто тысяч миллиардов стихотворений»⁶).

Наиболее активно гипертекст проявляется в культуре, искусстве и литературе XX в. Многие произведения, особенно во второй половине столетия, сознательно создаются в жанре гипертекста, ибо этот тип текста наиболее адекватен XX в., где причудливая смесь элементов культуры и посткультуры представляет собой супергипертекст.

Одно из первых произведений компьютерной художественной литературы, роман «Полдень» Майкла Джайса удобно читать только с помощью компьютера. Роман построен по законам гипертекста, в нём 539 условных страниц и 591 «связка»⁷. Выбирая различные связки, можно переключать движение сюжета в прошлое и в будущее, менять эпизоды местами, углубляться в предысторию, изменять плохой финал на хороший и т.п.

По мере развития литературного гипертекста начали появляться псевдогипертексты, основанные на несуществующих претекстах. Ряд рассказов Х. Л. Борхеса выполнен в форме рецензий на ненаписанные книги (см., например, «Анализ творчества Герберта Куэйна» или «Приближение к Альмутасиму»)⁸. Польский фантаст Станислав Лем написал сборник «Абсолютная пустота»⁹, где все рассказы представляют собой рецензии на несуществующие книги, которые написали вымышленные авторы.

Рецензия является посттекстом, т. е. реакцией на актуальный текст — художественное произведение. В упомянутых выше произведениях Лема и Борхеса актуальным текстом является сама рецензия, а в какой-то мере реконструировать несуществующий первоисточник — претекст — можно только анализируя рецензию.

Обратный приём — невозможность реконструкции претекста без знания прецедентных текстов — использует С. Лем в рассказе «Звёздные дневники Ийона Тихого. Путешествие четырнадцатое». Перед прибытием на незнакомую планету главный герой узнаёт, что в её общественной и культурной жизни большую роль играют некие сепульки. Герой обращается к энциклопедии и находит следующие краткие сведения: «“СЕПУЛЬКИ — важный элемент цивилизации ардритов (см.) с планеты Энтеропия (см.). См. СЕПУЛЬКАРИИ”. Я последовал этому совету и прочёл: “СЕПУЛЬКАРИИ — устройства для сепуления (см.)”. Я поискал “сепуление”; там значилось: “СЕПУЛЕНИЕ — занятие ардритов (см.) с планеты Энтеропия (см.). См. СЕПУЛЬКИ”»¹⁰. Всё произведение построено на попытках главного героя выяснить, что это за явление. В итоге оказывается, что выяснить это невозможно без знания прецедентных текстов, хорошо знакомых местным жителям и совершенно неизвестных Ийону Тихому.

В книге «Автостопом по Галактике» Дуглас Адамс доводит приём замыкания ссылок до абсурда: «Что ему сейчас нужно — так это помощь и совет. Он достал “Путеводитель”. Заглянул в раздел “Помощь” и прочёл: «См. разд. “СОВЕТЫ”». Заглянул в раздел “Советы” и прочёл: «См. разд. “ПОМОЩЬ”»¹¹. Здесь актуальный текст одновременно выступает в роли претекста для своего претекста. В русской культуре примером такого закольцованного текста, где посттекст явля-

ется одновременно претекстом, может служить известное стихотворение «У попа была собака...»

Вся пародийная литература основана на читательском знании претекста — оригинального произведения, пародируемого актуальным текстом. Предполагается, что читатели смогут понять все смысловые оттенки пародии, так как оригинал хорошо известен. Примером такого произведения может служить роман «Дон Кихот», который задумывался автором как пародия на весь пласт средневекового рыцарского романа. Значительно позже роман приобрёл самостоятельную литературную ценность. Такова же судьба современного литературного произведения А. Жвалевского, И. Мытько «Порри Гаттер и Каменный Философ», написанного как пародия на книгу Дж. Роллинг «Гарри Поттер и философский камень». В книге спародированы образы главных героев, ситуация и место действия романа Дж. Роллинг. Сюжет же, изначально отталкиваясь от оригинала, всё дальше уходит от него по мере развития событий романа и приобретает, таким образом, самостоятельную литературную ценность¹². Чтение пародий расширяет и углубляет знание оригиналов, так как по-новому подчёркивает различные его аспекты.

В отличие от пародии, плагиат основан на том, что читатель не знает претекст-оригинал, и автор всячески скрывает сам факт существования претекста. Читая сказку А. Толстого «Буратино», совершенно необязательно знать оригинал Карло Коллоди «Пиноккио», а чтение «Волшебника изумрудного города» А. Волкова не предполагает знакомство с «Волшебником из страны Оз» Ф. Баума. Идею и сюжет серии романов «Таня Гроттер и ...» Д. Емец напрямую позаимствовал у Дж. Роллинг, переложив сюжет и действие романов Дж. Роллинг на российский лад. Таким образом, плагиат вместо расширения культурного поля, доступного читателю, сужает его и не может являться гипертекстом. По аналогичному принципу построена и пропаганда, сужающая смысл оригинала до требуемой агитационной задачи. Классический пример — лозунг «Из всех искусств для нас важнейшим является кино», созданный путём смыслового сокращения оригинала — «Пока народ безграмотен, из всех искусств важнейшими для нас являются кино и цирк»¹³.

Апокриф, как и пародия, не может существовать без прямых отсылок на претексты, а иногда может даже являться первым сообщением о существовании оригинального текста. Так, апокрифические эпизоды романа М. Булгакова «Мастер и Маргарита» (Понтий Пилат и Иисус) стали для многих советских читателей первым знакомством с текстами Евангелия, неизвестными широкому кругу читателей в СССР.

Одним из наиболее продуктивных трансляторов прецедентных текстов являются средства массовой информации. В современной прессе можно выделить следующие разновидности прецедентных текстов: названия литературных произведений, кинофильмов, мультипликационных фильмов, устойчивые выражения, пословицы и поговорки, прозаические и поэтические цитаты. Чаще всего они используются в трансформированном виде, основанном на игре слов. Трансформация обычно состоит в замене одного-двух слов на опорное слово, актуализирующее имплицитные смыслы¹⁴. Приведём ряд примеров:

«Язык мой — врач мой» (ср.: пословица «Язык мой — враг мой»; «Известия науки», 3.09.2010. Статья о лечении болезней методом стимуляции языка);

«Полковника никто не видел» (ср.: Г. Г. Маркес «Полковнику никто не пишет»; «Российская газета», 14.01.2010. Группу российских путешественников некий пограничник в чине полковника обещал перевести через границу из Эквадора в Перу, но не явился к месту встречи, и группу задержали);

«Возвращение блудного папы» (ср.: «Возвращение блудного сына», Рембрандт; «Российская газета», 18.02.2010. Статья о резком уменьшении количества алиментщиков);

«День хорька» (ср.: «День сурка» — американская фантастическая комедия Гарольда Рэмиса; «МК», 3.09.2010. Статья о давке во время митинга и предложении ходить на митинги в костюмах, например, хорьков).

Из приведённых примеров видно, что на игре слов построены главным образом заголовки публицистических статей. Словесная игра, являясь сверхэкономичным способом коммуникации, несёт в себе ассоциативную и коннотативную нагруженность, помогает раскрыть замысел статьи, направлена на привлечение внимания адресата.

В нетрансформированном виде названия фильмов, художественных произведений, цитаты употребляются значительно реже:

«Тихий “Дон”» (ср.: М. Шолохов «Тихий Дон»; Телеканал Россия-24, 10.08.2010, 20:00. Репортаж о пробках на федеральной трассе «Дон»);

«По ком звонит колокол?» («Московские новости». 2005. № 35. Статья о последствиях урагана «Катрина» в Луизиане).

Прецедентные тексты используются как в составе заголовков, так и в составе самой газетной статьи, что акцентирует внимание читателя, активизирует его восприятие текста. Как правило, при этом актуализируется не сам текст, а представление о нём в виде минимизированного варианта текста, с его заранее заданной интерпретацией и оценкой. Попадая в поле человеческого восприятия, прецедентный текст обладает способностью обновлять и приумножать свой изначальный смысл. М. М. Субботин отмечает, что мысль, фиксируемая в прецедентном тексте (в «нелинейном» тексте), расширяет и обогащает созданное культурой смысловое пространство, что создаёт новые смысловые эффекты¹⁵. Процесс восприятия прецедентных текстов зависит от компетенции носителя языка. Один и тот же текст в силу смысловой подвижности воспринимается разными читателями на разных смысловых уровнях.

Используется гипертекст и в рекламе, только вместо текстов здесь, как правило, цитируются известные образы. Классический пример такой рекламы — ковбой Мальборо — вызывает ассоциации с созданным кинематографом миром ковбойской романтики. В цикле рекламных роликов банка «Империал» использовались исторические образы и ситуации (Екатерина Великая, Суворов, Чингисхан и т.д.). В рекламе кока-колы активно эксплуатируется новогодняя и рождественская праздничная атмосфера.

Примером (из личной практики автора) использования гипертекста в пиаре может служить пресс-конференция, проводившаяся в марте 2004 г. под названием «Юмор против пафоса», — пиар-акция, направленная на продвижение серии книг писателей А. Жвалевского и И. Мытько. Биография авторов, физиков по образованию, ставших писателями, навела на мысль провести мероприятие в виде противостояния «физиков» и «лириков» (ср.: стихи Б. Слуцкого «Физики и лирики»¹⁶), а юмористический жанр их произведений напоминал участникам о том, что «физики шутили, шутят и будут шутить» (ср.: книги «Физики шутят»¹⁷, «Физики продолжают шутить»¹⁸). В рамках мероприятия прошла псевдонаучная конференция «Нет — научно-технической контрреволюции!», которая была посвящена раскрытию всемирного «заговора» «лириков» против «физиков»¹⁹.

Любое пиар-мероприятие имеет гипертекстуальную структуру. Пресс-конференция, или брифинг, представляет общественности (в лице журналистов) актуальный текст — пресс-релиз, программное заявление, комментарии ньюсмейкеров. Пресс-кит, который раздаётся журналистам на мероприятии, состоит из претекстов — общей информации о компании (бэкграундера), истории компании, факт-листа, биографий руководителей (или других ньюсмейкеров компании). Результатом мероприятия является некоторое количество посттекстов — продукт деятельности журналистов, вышедший по итогам мероприятия.

Претекстом может также служить информационный повод или высказывание ньюсмейкера. Например, выступление В. В. Путина в сентябре 2008 г. о необходимости профилактики сердечно-сосудистых заболеваний, послужило претекстом для актуального текста — пресс-релиза «РосНОУ поможет кардиологам России». В результате рассылки этого текста в Интернете появилось более 40 публикаций о РосНОУ (посттекстов)²⁰.

Пиар можно рассматривать как гипертекст и в более широком смысле. Вся пиар-деятельность какой-либо фирмы или лица существует в рамках определённой культуры, являющейся для них системой прецедентных текстов. Эффективность пиар-активности напрямую зависит от учёта особенностей конкретной культурной среды. Пиар-стратегия опирается на претексты, выбранные из прецедентных. Весь комплекс текстов, производимых в результате выстраивания отношений с общественностью, можно считать актуальным текстом; а все отклики общественности на деятельность компании, можно считать посттекстами.

Из этого следует, что эффективный пиар в разных странах возможен только при условии учёта культуры этих стран — систем прецедентных текстов, на базе которых выстраиваются отношения с общественностью.

¹ Энштейн В. Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. URL: <http://www.ipu.ru/publ/epstn.htm#2#2> (дата обращения: 10.09.2010).

² Landow G. P. Hypertext. The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology. URL: <http://www.cyberartsweb.org/cspace/ht/jhup/decenter.html> (дата обращения: 10.09.2010); Lanham R. A. *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago and London. University of Chicago Press, 1993; Bolter J. D. *Writing Space: The Computer, Hypertext, and*

the History of Writing. Hillsdale; New Jersey: L. Erlbaum Assoc., 1991; *Bernstein M.* Patterns of Hypertext // Hypertext'98: proc. the Ninth ACM Conf. on Hypertext and Hypermedia, Pittsburg, PA, June 20–24, 1998. N.Y., 1998. URL: <http://www.eastgate.com/patterns/Print.html> (дата обращения: 15.10.2010).

³ *Караулов Ю. Н.* Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности. М., 1986. С. 217.

⁴ *Гудков Д. Б.* Теория и практика межкультурной коммуникации. М., 2003.

⁵ *Эко У.* От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст. От Интернета к Гутенбергу: текст и гипертекст // Интернет. М., 1998. № 6–7.

⁶ *Кено Р.* Сто тысяч миллиардов стихотворений / Пер. с фр. М.: Грантъ, 2002. С. 32.

⁷ *Генис А.* «Полдень» Майкла Джойса // Иностранная литература. 1994. № 4.

⁸ *Борхес Х. Л.* Сочинения в трех томах. Т. 1 / Пер с исп. Рига: Полярис, 1994.

⁹ *Лем С.* Абсолютная пустота. М.: АСТ, 2010.

¹⁰ *Лем С.* Звёздные дневники Ййона Тихого. М.: АСТ, 2010.

¹¹ *Адамс Д.* Автостопом по галактике. М.: АСТ, 2010.

¹² *Стрельченко Ю.* «Путеводитель по сайтам». — «Мир ПК», октябрь 2004. URL: <http://www.gatter.ru/text.asp?sec=4&id=107> (дата обращения: 12.08.2010).

¹³ *Ленин В. И.* Беседа В. И. Ленина с А. В. Луначарским // *Ленин В. И.* Полн. собр. соч. Т. 1–55. 5-е изд. М., 1958–1965. Т. 44. С. 579.

¹⁴ *Джанаева В. В.* Функционирование инокультурных прецедентных текстов в российской прессе // Язык. Текст. Дискурс: Межвузовский научный альманах / Под ред. проф. Манаенко Г. Н. Ставрополь, 2006. Вып. 4. С. 90–92.

¹⁵ *Субботин М. М.* Теория и практика нелинейного письма (взгляд сквозь призму «грамматологии» Ж. Деррифа) // Вопросы философии. 1993. № 3. С. 36–46.

¹⁶ *Слуцкий Б.* Физики и лирики. М.: Художественная литература, 1977.

¹⁷ *Физики шутят.* / Составители: Ю. Конобеев, В. Павлинчук, Н. Работнов, В. Турчин. М.: Мир, 1966.

¹⁸ *Физики продолжают шутить.* Сборник переводов. / Составители-переводчики: Ю. Конобеев, В. Павлинчук, Н. Работнов, В. Турчин. М.: Мир, 1968.

¹⁹ *Юрьев Д. А.* Научно-техническая контрреволюция: всемирный заговор гуманитариев // Тезисы доклада, прочитанного на I конференции «Нет — научно-технической контрреволюции!» URL: <http://www.gatter.ru/text.asp?sec=1&id=94> (дата обращения: 15.11.2010).

²⁰ *Чилингир Е. Ю.* Как сделать работу пресс-службы вуза эффективной (на примере работы студенческой пресс-службы РосНОУ) // Цивилизация знаний: проблемы модернизации России: Труды Одиннадцатой Международной научной конференции. Москва, 23–24 апреля 2010 г. М.: РосНОУ, 2010.