

DOI: 10.12731/2218-7405-2013-10-22

УДК 808

ПОЗИЦИЯ ИНТЕРАКТИВНОГО КОНТЕНТА В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ. СЕТЕВОЙ ТЕКСТ

Зубков И.Г.

Из десятилетия в десятилетие складывалась система языковых средств отечественной журналистики. Выдающиеся публицисты и журналисты второй половины и конца XX века сформировали язык богатый, насыщенный, своеобразный.

Сочетая в себе вербальные (слова) и невербальные (оформление) выразительные средства языка, журналистский текст имеет цель донести до читателя необходимую информацию. Этой цели служат расположение статьи на полосе, размер, цвет и вид шрифта, оформление статьи и многие другие невербальные средства. Вербальные средства призваны сделать журналистский текст ясным, живым, точным, адекватным.

Однако в настоящее время формирующееся информационное общество и, в частности, стремительное развитие информационных технологий диктует свои правила, значительно видоизменяя журналистский текст. Причем в большей степени это касается новой площадки СМИ – сети Интернет.

Расценивая глобальную сеть как средоточие множества СМИ, нужно отметить, что, несмотря на их разнообразие, все журналистские тексты данных СМИ имеют ряд специфических особенностей, которые дали исследователям право ввести для таких текстов отдельное определение. Это так называемый Web-текст, или сетевой текст.

Ключевые слова: сетевой текст, web-текст, гипертекст.

POSITION OF INTERACTIVE CONTENT IN MEDIA-SPACE. NETWORK TEXT

Zubkov I.G.

National journalism formed its language system not for one decade. Prominent publicists and journalists of second half - the end of XX century have formed very rich, unique and saturated language.

Combining verbal (words) and non-verbal expressive language means, journalistic text is intended to convey necessary information to the reader. This is achieved through special positioning of the paper article on the page, size, colour and kind of the types, structure of the article and many other non-verbal means. Verbal means are intended to make the language vivid, precise and adequate.

However, oncoming modern informative society and, in particular, quick development of information technologies dictate their own rules of the game, greatly transforming journalistic text. This refers first of all to the new mass media platform – Internet.

Considering global network as the concentration of many mass media the author emphasizes that in spite of their diversity all journalistic texts of these mass media have some particular features which can be defined in special terms. It is so called Web-text or network text.

Keywords: network text, web-text, hyper-text.

Гипертекст - это принцип организации информации, нелинейная структура подачи материала.

В наше время понятия «гипертекст» и «Интернет» неразделимы. Если история их развития тесно переплетается и зависит друг от друга, то появление разделяют тысячелетия.

Книги псалмов Гильберта Порретанского из Пуатье ученые рассматривают как первое использование системы гипертекста. Читатели встречались на полях страниц с многочисленными сносками, которые рекомендовали для понимания текста обратиться к другим страницам, мнениям, толкованиям. Эти религиозные писания относятся примерно к 1150 году.

Сам термин «гипертекст» принадлежит американскому социологу и философу Теду Нильсону [17], который ввел его в обращение в шестидесятые годы прошлого века.

Гипертекст стал новым способом коммуникации. Он способствует «укрощению» бурных и разобщенных потоков информации в современном обществе и позволяет получать необходимые сведения и знания в разноплановой информационной конструкции.

Первая такая конструкция виделась Ванневару Бушу в виде машины, которую он назвал «Мемексом». Предполагалось, что она будет действовать с помощью микрофотопленок. Возможности «Мемекса» и Интернета отличаются как крылья Икара из перьев и воска от нынешнего воздушного лайнера. Задуманная в 1945 году машина так и была создана.

Прошло почти четверть века, пока Дуглас Энгельбарт, творец компьютерной мыши, не совершил новый революционный шаг и не переложил идеи гипертекста на реальную практическую основу. Этот шаг привел к подлинной революции в восприятии действительности пользователями Интернета. Способ ассоциативной подачи информации открыл им новые горизонты, привнес в традиционную журналистику новые технологические методы, сместил узаконенные понятия и представления.

Система гипертекста дала возможность читателю самому стать автором и таким образом многократно укрепила его гражданскую позицию. Письмо,

посланное в редакцию газеты, на радио или телевидение в прошлые времена, заменилось оперативным высказыванием в сетях Интернета.

Постоянное обновление информации, разнообразие ее представления, доступность и демократичность, круговорот без привычных начала и конца, знакомство с материалом без необходимой последовательности, - все это стало достоянием и особенностью системы гипертекста.

Гипертекст сумел достойно ответить на актуальную потребность информационного общения.

Специалисты подразделяют гипертекст на несколько составляющих частей.

Прежде всего, это – «актуальный текст». Само название предполагает, что он является основой, составляет существо новости или проблемы, с которыми необходимо познакомить читателя.

«Предтексты» - на них часто делаются ссылки. Из этого следует, что предтексты служат дополнительным материалом, который помогает точнее понять суть и детали основного текста.

«Посттексты» - их нет непосредственно в Интернете, но они существуют. Посттексты – это вторичное явление супертекста. Читатель становится соавтором, пересказывая, комментируя устно или в блоге то, что узнал.

«Прецедентные тексты». 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» [11, с. 217].

Прецедентный текст является хрестоматийным. Он редко используется целиком, чаще пересказывается или цитируется фрагментарно. Прецедентные

тексты, благодаря своей общеизвестности, не нуждаются в дополнительных ссылках или разъяснениях. Знание и использование прецедентных текстов служат показателем широкой осведомленности и принадлежности к определенной эпохе и ее культуре.

Появление Интернета и развитие его технологий решающим образом сказалось на становлении гипертекста, завоевании им лидирующих позиций на экране компьютера, в коммуникативном социальном пространстве. Гипертекст фактически создал это особое пространство, влияющее на социальные, культурные, духовные процессы, на их обновление, взаимное проникновение и обогащение.

Причастность к гипертекстам, в свою очередь, повлияла на технологическое образование пользователей Интернета, их знакомство с множеством коммуникативных практик, разнообразием вербального общения, возможностями информационно-коммуникативных ресурсов. В орбиту социокультурного интернет-пространства вовлекается всё большее количество людей. И эта массовость обрела системо-образующий признак Интернета.

Гипертекст приобрел в Интернете совершенно новые качественные характеристики.

Прежде всего отметим, что базой гипертекста стали опосредованные электронные коммуникации, отличительными чертами которых является «...диалогичность, наличие категории авторизации с четко выраженным субъектом, включенность в социальную деятельность, особый характер авторства, совмещение категории автор – читатель, особое представление об объекте исследования, снятие временных и пространственных ограничений, статусное равноправие участников, формирование общей картины мира, неограниченность в выборе языковых средств» [2].

Всеми красками, в прямом и переносном смысле, в гипертексте заиграли невербальные компоненты. Цветовое и графическое оформление,

пространственные композиции размещения текста, широкий выбор фонов и шрифтов и другие возможности визуальной информации значительно повысили значимость и действенность гипертекстов.

Каждый новый этап развития Интернета, новый концептуальный скачок, освоение новых технологий непосредственно сказывались на совершенствовании гипертекстовых структур.

Выделяют четыре этапа, связанных с существенным движением вперед гипертекстовых структур в лингвистической области, в оформительских решениях.

Начало было положено появлением самого Интернета, как «суммы сетевых технологий». Далее – формирование глобальной паутины, которая характеризуется возможностью массового пользования этими сетевыми технологиями и получения доступа к желаемым материалам. Этот второй концептуальный этап получил определение Web1.0. Затем последовал третий этап. Концепция Web2.0 – это не просто широкое приобщение к глобальной паутине, а заметный рост пользовательского интереса к интернетовскому контенту. Четвертый этап развития гипертекстовых структур формируется в наше время. Нынешний период – это уже Web3.0, получивший семантическое направление, определяется активной позицией пользователей, которые сами участвуют в формировании контента, дают оценку созданной продукции и рекомендуют ее другим пользователям [4].

Каждый из названных периодов имеет отличительные стороны. В период своего становления Интернет выполнял, в основном, поисковые функции. Пользователь, прибегая к услугам крупных систем, заказывал и получал нужную ему информацию, обнаруживал ответ на возникший вопрос.

Глобальная паутина позволила с помощью навигационных браузеров обращаться к документам, размещенным в различных местах, связывать их воедино, добываясь желательного результата.

Среди множества пророческих суждений и высказываний Билла Гейтса есть и такое: «Контент – это король» [18].

От получение контента – к его созданию. Так множились желания пользователей Интернета, и выполнение этих потребностей подкреплялись новыми технологическими концепциями. Ранее пользователей удовлетворяла возможность через Интернет добыть информацию, в скором времени с помощью Интернета пользователи захотели общаться друг с другом, а затем при содействии Интернета решили высказывать свои суждения. «Интернет стал выступать как особый коммуникативный инструмент формирования нового вида идентичности – виртуальной» [19, р.347].

Вспомним, что Интернет замышлялся на бесплатной основе для потребителей. Безвозмездным для потребителей стало и получение контента. Это обстоятельство также сыграло свою положительную роль в развитии Интернета. Владельцы интернет-компаний пришли к решению о бесплатном предоставлении контент-услуг, понимая, что в противном случае под угрозой окажется сама жизнедеятельность инфраструктуры Интернета. Расходы по содержанию сетей и продвижению контента к потребителям увеличивались, и потребители не смогли бы их оплачивать.

Однако развитие как концепции второго Web, так и web-сервисов, возникающих на её основе, стало возможным не только из-за потребности в бесплатном контенте, но и благодаря технологиям широкополосного Интернета, позволившим практически мгновенную передачу потоковых данных [14].

Этап Web1.0 рассматривается специалистами как статичный. Его пассивность определялась в значительной мере тем, что им занимались интернет-профессионалы. Следующий период – Web2.0 сгенерировал сотрудничество любительского интернет-сообщества. Непрофессиональный

контент приобщил к экономическому и технологическому аспектам развития Интернета социальный фактор.

Выделяют некоторые общие черты коммуникативных сервисов, которые относятся ко второму вебу:

- быстрое создание пользовательского контента;
- возможность мгновенного и одновременного редактирования;
- совместная работа над любым текстом или проектом;
- возможность практически постоянного общения;
- хранение больших объемов информации непосредственно в сети;
- легкость в работе с контентом;
- распространение интерфейсов, дружественных для пользователей;
- усиление аудиовизуального формата в представлении данных;
- смешение границ между публичным и приватным в Интернете, когда информация «для избранных» становится доступной всем желающим [5].

Анализируя эти коммуникативные черты, можно констатировать, что Web2.0 предоставил условия для создания гипертекста повышенного уровня, который отличают практически неограниченные возможности сочетания вербальных и невербальных элементов, различных жанров, сервисных платформ и прочее в рамках одного Web-ресурса [3].

Разнообразнее стал контент, производимый самими пользователями. Появились дневники, статьи, фотоальбомы, сборники ссылок, файлообменники. Пользователи смогли встраивать собственные материалы в коллективные блоги и википедии [15].

В целом, концепция второго Web, авторство которой принадлежит Тиму О'Рейли, стала своеобразным ответом на проблемы «классического» Web1.0, который представлял собой нечто вроде «супер-библиотеки». Вместо «супер-библиотеки», как считает А. Долгин, получился «супер-телеграф», а создатели Web2.0 «дистанцировались» от работы с контентом. Зачастую они просто не

знали, что происходило внутри их сервера, не могли влиять на этот «народный» контент или использовать его [8].

В 2007 году была предложена концепция третьего веба. Продолжая образные сравнения исследователей вебов: «супер-библиотека», «супер-телеграф», сравним Web3.0 с «супер-факультетом». Предоставляя непрофессионалам свободу познания и творчества, третий веб формирует систему взаимодействия в этом процессе с профессионалами. В качестве наставников выступают эксперты, которые содействуют формированию любительского контента, прослеживают его продвижение.

Оценивая роль экспертов в третьем Web, Джейсон Калаканис сравнил ее с «коллективным разумом», который противостоит «групповому сумасшествию». Он также считает, что Web3.0 должен отказаться от анонимных авторов и эгоистичных накрутчиков рейтингов, которые загрязнили и ослабили в сети так много виртуальных сообществ [9].

Сошлемся на мнение еще одного исследователя Web3.0. При этой технологии, констатирует А. Артищев, информация в глобальной сети не просто аккумулируется, но и понимается, осмысливается, а программное обеспечение обладает априори возможностями собирать, систематизировать, анализировать и представлять информацию людям в таких новых форматах, которые сейчас пока сложно вообразить [1].

Таким новым форматом является нелинейный гипертекст. Этот текст функционирует в особом типе дискурса или в условиях протекания коммуникативного процесса при постоянно меняющейся среде с колеблющимся объемом информации в текстовом, визуальном и звуковом форматах [13].

Суммируем достоинства интернет-текста нового типа:

- визуальный дизайн без границ – они обозначены только электронным экраном;

- экранная «навигация» - без помех безопасного движения;
- редактирование – без учета выхода информации, постоянное;
- соавторство – без ограничения участников;
- причастность использование других текстов без согласования;
- тиражирование – без временных сроков;
- распространение – сиюминутное, без доставок и проволочек;
- хранение информации без лимита объемов – объемы компенсирует

плотность размещения;

- интеграция – беспрепятственное вхождение в другие системы.

Практика использования интернет-текстов в разных вебах позволяет установить:

- Web1.0 – гипертексты обладают наибольшими размерами;
- Web2.0 - гипертексты первенствуют по количеству ссылок и внутренних текстов;
- Web3.0 – гипертексты отличаются повышенной креолизованностью.

Методологическая основа функционирования гипертекстов отстает от быстрого развития интернет-технологий. Этот вывод также подсказан практикой использования гипертекстов.

Требует лингвистических критериев понятие текстовых границ в гипертекстовом пространстве.

Нуждается в уточнениях система коллективности в авторстве гипертекстов.

Желательно совершенствование методологии в употреблении визуальной и тестовой информации [7].

Добавим к этим выводам, что своей доработки ожидает типологизация гипертекстов в целом.

Список литературы

1. Артищев А. Сеть меняет концепцию. URL: <http://rss.net.ua/2101>. (дата обращения 11.10.2010)
2. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. канд. филол. наук. – Челябинск, 2005.
3. Горошко Е. И. Текст эпохи веб 2.0: психолингвистический анализ // Вопросы психолингвистики. – М.: ИЯ РАН, 2009. – Вып.9. – С. 267 – 281.
4. Горошко Е.И. Гипертекст 3.0: лингвистический анализ. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=215> (09.10.2010)¹
5. Горошко О. І. Від психолінгвістики 2.0 до психолінгвістики 3.0: Quo Vadis? // Психолінгвістика. – Переяслав-Хмельницький: ПП «СКД», 2009. – Вип.3. – С. 108-124.
6. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. Москва, 2003.
7. Диасамидзе Л. Р. Способы конструирования гендерной идентичности в интернет-дискурсе: на материале англоязычных и русскоязычных текстов политических сетевых дневников (блогов): автореферат дис. ... кандидата филологических наук. – 24 с.
8. Долгин А. Б. Рунет: игра на опережение. Что такое web 3.0? Доклад на симпозиуме «Пути России» 27 февраля 2010 г. URL: <http://www.polit.ru/research/2008/04/02/web3.html>. - (дата обращения 09.10.2010)
9. Калаканис Дж. Web 3.0, "официальное" определение. URL: <http://goodarticles.narod.ru/web3definition.html>. (дата обращения 11.10.2010)
10. Калмыков А.А. Проблема жанрового различия веб-публикаций // Журналист. Социальные коммуникации. 2011. №2.
11. Караулов Ю. Н. Роль прецедентных текстов в структуре и функционировании языковой личности. Москва, 1986.

12. Лазутина Г.В. Основы творческой деятельности журналиста. Москва, Аспект-Пресс, 2004.
13. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. – Волгоград: Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. – 477с.
14. О’Рейли Т. Что такое Веб и Использование коллективного разума? URL: <http://www.computerra.ru/think/234100/>. (дата обращения 09.10.2010)
15. Патаракин Е. Д. Социальные взаимодействия и сетевое обучение 2.0 - М.: Современные технологии в образовании и культуре, 2009. - 176 с.
16. Чебыкин В. Внимание – текст! Или «Как писать для Сети». URL: <http://computerlib.narod.ru/html/text.htm> (дата обращения 20.07.11).
17. Эпштейн В. Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы URL: <http://www.ipu.ru/publ/epstn.htm#2#2> (дата обращения 10.10.2010).
18. Gates В. Content is the King. URL: <http://www.sick-site-syndrome.com/articles/content-is-king.shtml>. (дата обращения 08.10.2010)
19. Turkle Sh. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. London: Simon & Schuster, 1995. – 347 p.

References

1. Artishhev A. *Set' menjaet koncepciju* [Network changes the concept]. <http://rss.net.ua/2101>. (date of access 11.10.2010)
2. Asmus N.G. *Lingvisticheskie osobennosti virtual'nogo kommunikativnogo prostranstva: dis. kand. filol. nauk* [Lingvisticheskie features virtual communication space: dis. candidate. philology sciences]. Chelyabinsk, 2005.
3. Goroshko E. I. *Voprosy psiholingvistiki* [Questions of psycholinguistics]. Moscow: DICE RAS, 2009. - Vyp.9 . – pp: 267 - 281.
4. Goroshko E.I. *Gipertekst 3.0: lingvisticheskiy analiz* [Hypertext 3.0: linguistic analysis]. <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=215> (date accessed 09.10.2010)

5. Goroshko O. I. *Psiholingvistika* [Psycho Linguistics]. - Pereyaslav-Khmelnitsky: PP "SKD", 2009. – no. 3. – pp: 108-124.
6. Gudkov D. B. *Teorija i praktika mezhkul'turnoj kommunikacii* [Theory and practice of intercultural communication]. Moscow, 2003.
7. Diasamidze L. R. *Sposoby konstruirovaniya gendernoj identichnosti v internet-diskurse: na materiale anglojazychnyh i russkojazychnyh tekstov politicheskikh setevyh dnevnikov (blogov): avtoreferat dis. ... kandidata filologicheskikh nauk* [Methods for constructing gender identity in online discourse: on a material of English and Russian texts of political blogging (blogs): abstract dis. ... Cand. Phil. Science].
8. Dolgin A. B. *Runet: igra na operezhenie. Chto takoe web 3.0?* [RUnet: the game in advance. What is web 3.0? Report on the symposium "Russian Way" February 27, 2010. <http://www.polit.ru/research/2008/04/02/web3.html>. (Date accessed 09.10.2010)
9. Kalakanis Dzh. *Web 3.0, "oficial'noe" opredelenie* [Web 3.0, "official" definition]. <http://goodarticles.narod.ru/web3definition.html>. (date of access 11.10.2010).
10. Kalmykov A.A. *Zhurnalist. Social'nye kommunikacii* [Journalist. Social communication], no. 2(2011)
11. Karaulov Ju. N. *Rol' precedentsnyh tekstov v strukture i funkcionirovanii jazykovej lichnosti* [Role of precedent texts in the structure and functioning of linguistic identity]. Moscow, 1986.
12. Lazutina G.V. *Osnovy tvorcheskoj dejatel'nosti zhurnalista* [Foundations of a creative activity of a journalist]. Moscow: Aspect Press, 2004.
13. Lutovinova O. V. *Lingvokul'turologicheskie harakteristiki virtual'nogo diskursa* [Lingvokulturologichesky characteristics of virtual discourse]. Volgograd: Univ SGMP "Change", 2009. – 477 p.

14. O'Rejli T. *Что takoe Veb i Ispol'zovanie kollektivnogo razuma?* [What is Web and use collective intelligence?]. <http://www.computerra.ru/think/234100/>. (date of access 09.10.2010)

15. Patarakin E. D. *Social'nye vzaimodejstviya i setevoe obuchenie 2.0* [Social interaction and online learning 2.0]. Moscow: Modern Technologies in Education and Culture, 2009. - 176 p.

16. Chebykin V. *Vnimanie – tekst! Ili «Kak pisat' dlja Seti»* [Notice - text! Or "How to write for the Web"]. <http://computerlib.narod.ru/html/text.htm> (date accessed 20/07/11).

17. Epshtejn V. L. *Vvedenie v gipertekst i gipertekstovye sistemy* [Introduction to hypertext and hypertext system]. [http://www.ipu.ru/publ/epstn.htm # 2 # 2](http://www.ipu.ru/publ/epstn.htm#2#2) (date accessed 10/10/2010).

18. Gates B. Content is the King. <http://www.sick-site-syndrome.com/articles/content-is-king.shtml>. (date accessed 08.10.2010)

19. Turkle Sh. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. London: Simon & Schuster, 1995. – 347 p.

ДААННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Зубков Иван Георгиевич, специалист по связям с общественностью, факультет массовых коммуникация, руководитель интернет-проектов

Российский университет дружбы народов

ЗАО «Сбербанк Лизинг»

vanuzubkov@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHOR

Zubkov Ivan Georgijevich, Specialist Public Relations, Faculty of Mass Communication, Head of Internet projects

Russian Peoples' Friendship University

JSC "Sberbank Leasing"

vanuzubkov@gmail.com