

**Десятова Ольга Вадимовна**

магистрант

**Ягуфаров Руслан Ахнафович**

старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Тихоокеанский государственный университет»

г. Хабаровск, Хабаровский край

## **ГИПЕРССЫЛКА КАК ИНСТРУМЕНТ РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПРОСТРАНСТВЕ ОНЛАЙН-ГИПЕРТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ ВЕБ-САЙТА МИНИСТЕРСТВА ОБОРОНЫ США)**

***Аннотация:** в данной работе рассматриваются композиционные и структурные особенности текстов нелинейного типа, используемые в современном интернет-медиапространстве. Рассматривая онлайн-гипертексты в качестве одного из самых эффективных инструментов речевого манипулирования в современном интернет-дискурсе, авторы анализируют прагматический потенциал гиперссылок в текстах веб-сайтов официальных органов власти США.*

***Ключевые слова:** гипертекст, гиперссылка, интернет-дискурс, речевое манипулирование.*

Переживаемый в эпоху глобализации информационный взрыв не может не отразиться на способах представления информации, предлагаемой читателю в виде электронного гипертекста, который выступает в качестве предмета многих лингвистических исследований. (С.И. Орехов, П.И. Сергиенко, С.С. Панфилова). Основным материалом СМИ является информация, которая, в эпоху развития компьютерных технологий, всё чаще демонстрируется читателю в виде нелинейного текста. Технология манипулирования СМИ предполагает использование большого количества конкретных методов воздействия на сознание и подсознание читателей. Одним из таких методов является использование потенциала нелинейного текста.

Прежде чем рассмотреть понятие «нелинейного текста» необходимо разобратся с определением термина «текст».

Обычно под текстом понимается некоторая законченная последовательность предложений, связанных по смыслу друг с другом в рамках общего замысла автора.

Текст представляет собой чрезвычайно сложный объект исследования. Из-за многоплановости и многоуровневости организации текста его трудно уложить в привычные линейные рамки лингвистической науки. Общепринятой дефиниции текста до сих пор не существует несмотря на то, что многие определения начинаются со слов «Текст – это...», в дальнейших частях формулировок следует перечисление его самых важных, конечно же, с точки зрения автора, и существенных.

Например, И.Р. Гальперин в своем определении понятия «текст» подчеркивает его основные характеристики: (завершенность, целенаправленность, письменный вид) и его структуру (название и ряд особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами связи), и таким образом исследователь ведет речь о тексте как о письменном явлении [3].

Другие лингвисты (В.А. Лукина, В.А Кухаренко, М.М. Бахтин, З.Я. Тураева) полагают, что текстом, как понятием коммуникативным, являются любые речевые произведения (в устной, письменной и электронной форме) [1; 7–8; 15].

В.А. Лукина предлагает дефиницию, опирающуюся на формальные критерии: «Текст – это сообщение, существующее в виде такой последовательности знаков, которая обладает формальной связанностью, содержательной ценностью и возникающий на основе их взаимодействия формально-семантической структурой». Данное определение можно оспорить, так как на сегодняшний день появился новый вид текста – гипертекст, главными отличительными чертами которого являются неоднородность, нелинейность и его бесконечность. В данном виде текста связанность отдельных частей текста возникает посредством ссылок,

которые, в отличие от традиционного текста, активны, то есть носят не декларативный характер, а призыв читателя к переходу в новое «измерение». Читая традиционный текст, например, книгу, мы не можем узнать новую информацию, упоминаемую в тексте, не отложив книгу и не открыв новую. Если же мы читаем гипертекст, то одним кликом мы переносимся в «новое измерение», причём первоисточник не пропадает, он лишь отходит на какое-то время на второй план.

З.Я. Тураева: «Текст – это некое упорядоченное множество предложение, объединенное разными видами лексической, логической и грамматической связи, которые способны передавать определенным образом организованную и направленную информацию» [15].

В.А. Кухаренко дает следующее определение «текст – срединный элемент схемы коммуникативного акта, которую предельно упрощенного можно представить в виде трехэлементной структуры: автор(адресат) -> текст -> читатель (адресат)» [7].

Интересным представляется мнение М.М. Бахтина, который говорит, что текст – «это первичная данность всех гуманитарных дисциплин и вообще всего гуманитарно-филологического мышления... Текст является той непосредственной действительностью мысли и переживания, из которой только и могут исходить эти дисциплины и это мышление. Где нет текста, там нет и объекта для исследования и мышления» [1].

Итак, из вышесказанного можно сделать вывод, что текст – это многогранное явление, основными характеристиками которого являются: модальность, антропоцентричность, полисемантичность и др.

Текст – это то, из чего люди, обладающие некими усредненными сведениями о языке и о мире, делают достаточно разумные умозаключения. Никакие исследования текста и дискурса невозможны поэтому без обращения к процессам интерференции выводного знания. Интерференция обозначает в языкознании

последствие влияния одного языка на другой. Этот феномен может проявляться как в устной, так и в письменной речи.

Текст, будучи многоплановым и сложным явлением, обладает определенными характеристиками. Ю.М. Лотман определяет следующие характеристики текста:

1. Выраженность: текст зафиксирован в определенных знаках и в этом смысле противостоит нетекстовым структурам.

2. Ограниченность: тексту присуща ограниченность. В этом отношении текст противостоит, с одной стороны, всем материально воплощенным знакам. С другой стороны, он противостоит всем структурам с невыделенным признаком границы – например, и структуре естественных языков, и безграничности («открытости») их речевых текстов.

3. Иерархичность: система текста распадается на сложную конструкцию подсистем, разделенных границей разного типа (границы глав, строф, стихов, полустихий).

4. Структурность и целостность: текст не представляет собой простую последовательность знаков в промежутке между двумя внешними границами.

Тексту присуща внутренняя организация, превращающая его на синтагматическом уровне в структурное целое.

Итак, можно сделать вывод, что текст как разноплановое явление языка характеризуется выраженностью, ограниченностью, иерархичностью, смысловой завершенностью как законченное информационное и структурное целое.

С наступлением эволюционной эры появились новые ноу-хау и в способах организации и интерпретации текста – родилось понятие «гипертекст»

Гипертекст может быть книжным и электронным.

По мнению Панфиловой: «книжный гипертекст – это нелинейная структура, в которой информация передаваемого художественного текста по разным каналам коррелирует с информацией вторичных нехудожественных текстов,

окружающих базовый художественный текст в границах отдельного издания. Электронный же гипертекст – это особо организованная система электронных текстов, характеризующаяся специфической структурированностью и разветвленной системой программно поддерживаемых внутритекстовых и межтекстовых переходов, предполагающая возможность нелинейного прочтения» [13].

Первой системой гипертекста принято считать толкование «Книги псалмов» Гильберта Порретанского из Пуатье (около 1150 года н.э.). Специальные пометки на полях отсылали читателя на страницы в других местах книги. С появлением компьютера использование таких гиперссылок стало удобнее.

В. Руднев в «Словаре культуры XX века» говорит, что: «Гипертекст – текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов» [14].

Простейший пример гипертекста – это любой словарь или энциклопедия, где каждая статья имеет отсылки к другим статьям этого же словаря. В результате читать такой текст можно по-разному: от одной статьи к другой, по мере надобности, игнорируя гипертекстовые отсылки; читать статьи подряд, справляясь с отсылками; наконец, пуститься в гипертекстовое плавание, то есть от одной отсылки переходить к другой.

Гипертекст – это нелинейный лабиринт, своеобразная картина мира, и выйти из него, войдя один раз, труднее, чем может показаться на первый взгляд.

Первая теория автоматизации этого процесса принадлежит Ванневару Бушу, который представлял гипертекстовую систему в виде машины, оперирующей микрофишами (микрофотопленками). В 1945 году Буш описал эту, так никогда и не созданную, машину, назвав ее «Мемексом». Разумеется, ни о какой возможности перехода запроса от одного «Мемекса» к другому не было речи – машина была задумана в виде автономного письменного стола [2].

Собственно термин гипертекст был впервые употреблен Теодором Нельсоном в 1965 году. Через семь лет им же была предложена система визуализации

«параллельных документов» – «Ксанаду», наглядно представлявшая ссылки и связи [4].

Первым на практике использовал гипертекст Дуглас Энгельбарт (отец компьютерной мыши) в 1968 году. Принципы «Ксанаду» вдохновили Билла Аткинсона (работавшего тогда в компании «Эппл») на создание программы «Гиперкард» [4].

Эта программа, в которой активно применялись гиперссылки, послужила основой для многих современных систем гипертекстовой помощи и определила основные инструменты навигации браузеров.

Необходимо сказать, что большинство основополагающих изобретений и идей в области гипертекста остались нереализованными или в реализованных не в полной мере в современных браузерах, которые определяют массовое представление о гипертексте.

Со времен Возрождения, кроме скорости перемещения по ссылкам, мало что изменилось – чтобы составить хороший гиперссылочный аппарат, потрудиться придется не меньше, чем Гильберту Порретанскому.

В наше время существует много трактовок понятия «гипертекст». Рассмотрим основные.

Определение, данное Д. Грином в «Словаре новых слов», указывает, что гипертекст – это текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов. В качестве примера традиционного гипертекста Д. Грин приводит словарь или энциклопедию, где каждая статья имеет отсылки к другим статьям этого же издания [5].

В.Л. Дорот и Ф.А. Новиков приводят такое определение понятия гипертекст в «Толковом словаре современной компьютерной лексики»: гипертекст – способ организации текста (и вид текста), появившийся с внедрением в жизнь компьютерных технологий обучения, дающий возможность читателю, работающему с

одним текстом, мгновенно получить на экране другой (чаще всего, поясняющий, раскрывающий смысл некоторого понятия глубже, чем текст первоначальный), а затем вернуться обратно и продолжить чтение основного текста. Глубина «вложенности» текстов формально не ограничивается [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что гипертекст (гипертекстовая организация материала) создает новую форму письменной речи, способную отображать законы (особенности) мышления, структуру внутренней речи: многоплановость мыслительного процесса, способность «уходить» от одной мысли к другой, структурную неоднородность, непоследовательность, ассоциации и аллюзии, которые содержат в себе многие слова, «пробегающие» в нашей внутренней речи фоновым рисунком. Все это получило возможность отображения на письме посредством гипертекстовых ссылок. Мы можем сказать, что гипертекстовое представление информации является более соответствующим способу человеческого мышления, чем традиционный линейный текст.

Нелинейный текст(гипертекст) имеет мозаичную структуру, в отличие от линейного текста, который в свою очередь имеет чёткую последовательность в представлении материала. В процессе интерпретации и линейного текста, и гипертекста рождается и новый смысл, и новое содержание, которые отличаются от первоначального авторского замысла. Если в линейном тексте мысли и идеи автора доносятся до читателя путём мыслительного диалога и понимаются читателем с опорой на уже имеющиеся знания, то при прочтении гипертекста происходит двойная интерпретация – и авторского замысла структуры, и смысла, вложенного автором.

Рассмотрим способы организации гипертекста на примере сайта министерства обороны США (<http://www.defense.gov>).

Гипертексты отличаются многослойностью и многообразием средств своей организации. Немаловажной составляющей любого гипертекста, размещенного в сети Интернет, является его цветовое оформление, которое, несомненным

образом, несет определенную составителем смысловую нагрузку. Анализируя гипертекст веб-сайта министерства обороны США, было бы целесообразным рассмотреть цветовые решения составителей данного онлайн-гипертекста. Домашняя страница сайта представлена авторами в сине-белом цветовом решении. Психологи (К. Роу [8], М. Люшер [10]) утверждают, что синий цвет символизирует верность, честность, целомудрие, постоянство, доброту и добрую славу, это цвет безопасности. Он является успокаивающим и вселяет надежду. Синий цвет также стимулирует человеческое зрение. Единственный недостаток цвета в том, что он рассеивает внимание и мешает сосредоточиться. В свою очередь, белый цвет символизирует чистоту, незапятнанность, невинность, добродетель, радость. Он ассоциируется с дневным светом, а также с производящей силой, которая воплощена в молоке и яйце. С белизной связано представление о явном, общепринятом, законным, истинном. Также можно предположить, что страница авторами намеренно была оформлена в цвета национального флага США: белый, синий, красный. Отсутствие красного цвета, по нашему мнению, можно объяснить тем, что красный цвет, прежде всего, ассоциируется с кровью и огнем. Его символические значения очень многообразны и противоречивы. Красное символизирует в некоторых лингвокультурах радость, красоту, любовь и полноту жизни, а с другой стороны, вражду, месть, войну, связывается с агрессивностью и плотскими желаниями. Вспомнив историю США, обратившись к современной статистике войн и вооруженных конфликтов, можем сделать вывод, что автор данного гипертекста намеренно не использовал красный цвет в оформлении, чтобы у читателя сформировался положительный образ Министерства обороны США, а также формируемый в гипертексте образ США был связан с понятиями свободы, честности и верности, но никак не с воинами, кровью и агрессией.

При переходе на домашнюю страницу сайта мы встречаем яркие гиперссылки-мультимедиа: «News», «This is your military», «Special report», «Recourses», «Photos», «Videos», «Live events». Данные



гиперссылки – мультимедиа расположены на сайте таким образом, что первые три – «News», «This is your military», «Special report» – расположены выше остальных – «Resources», «Photos», «Videos», «Live events». Данные три гиперссылки чуть крупнее, а посередине находится – «This is your military». Данный заголовок, имеющий яркое цветовое решение, является одним из основных центров привлечения внимания посетителей ресурса. При переводе данного заголовка возникли трудности с подбором наиболее подходящего эквивалента слова «military», которое, согласно словарю В.К. Мюллера, имеет 7 значений: военные, военнослужащие, войска, военщина, военная сила, солдатня, солдафоны [11]. По нашему мнению, наиболее адекватным вариантом перевода текста данной гиперссылки будет вариант «Это ваша армия». В сочетании с удачным расположением гиперссылки и сине-белым цветовым сопровождением данный текст звучит очень патриотично и вселяет спокойствие. Слева от «This is your military» («Это ваша армия») расположена гиперссылка «News» («новости»), а справа «Special report» («специальная репортаж»). Глядя на структуру мультимедиа- расположение и размер, можно сделать вывод, что три данных заголовка, по мнению автора, являются основными и главными.

Выше мультимедиа расположены другие текстовые гиперссылки: «HOME» («домашняя страница») – возвращение на домашнюю страницу, «ABOUT» («О») – незаконченный элемент гиперссылки, нажав на который мы можем выбрать один из текстов для прочтения; «LEADERS» («руководители») – гиперссылка, нажав на которую мы попадаем в раздел «Руководители», рассказывающий нам о представителях Министерства Обороны США; «NEWS» – самый большой раздел, перейдя в который мы можем найти всё от архива до последних новостей; «PHOTOS» – фото архив; «VIDEOS» – видео архив; «SPECIAL REPORTS» – специальные репортажи и отчёты, имеющие переводы на другие языки. Стоит отметить, что последний раздел имеет перевод на еще пять языков – русский, корейский, китайский, японский и французский языки.

Экстралингвистические средства построения гипертекста помогают автору направить читателя на определенные, важные, по мнению автора, страницы, а также успокаивает и настраивает читателя на патриотический лад.

Внутренняя структура сайта такова, что при чтении гипертекста появляется множество гиперссылок, которые нас перенаправляют на другие разделы: новости/людей/фото/видео, упоминаемые в исходном материале. Например, одна из первых статей, встречающейся при переходе в раздел новости («NEWS») это статья под заголовком «Nuke Review Calls for Triad Modernization to Maintain Deterrence» («Отчет по ядерной мощи призывает к модернизации триады для поддержания политики сдерживания») от 2 февраля 2018 года. В первом же абзаце статьи мы встречаем две внутренние гиперссылки, отсылающие нас на связанную с этим событием информацию.

«WASHINGTON, Feb. 2, 2018 – The United States must recapitalize the nuclear triad and accompanying command-and-control system to continue to maintain deterrence into the future, Defense Secretary James N. Mattis wrote in the preface to the Nuclear Posture Review released today». «Вашингтон, 2 февраля 2018 года – Соединенные Штаты должны рекапитализировать заново возглавить? ядерную триаду и сопровождающую её систему командования и контроля, чтобы продолжать поддерживать политику сдерживания в будущем, – министр обороны Джеймс Н. Маттис написал в предисловии к опубликованному сегодня обзору ядерной ситуации»).

Первая внутренняя гиперссылка ведет к статье, которая является также основой для гипертекста, на который можно выйти при нажатии мультимедийной гиперссылки на домашней странице «Special report». Можно сделать вывод, что данная информация воспринимается автором данного гипертекста, как ключевая или главная. Автор с помощью внутренних гиперссылок из других разделов стремится направить нас к данному тексту. Вторая же внутренняя гиперссылка «Nuclear Posture Review» открывает нам не просто страницу, а документ формата

PDF, который при желании читатель может скачать себе на компьютер или другое устройство. Данный документ является официальным постановлением министерства обороны США, открытым для доступа читателям. Можно предположить, что подкрепление статью документов такого плана подтверждает информацию с помощью официального документа.

После данного гипертекста внизу вынесена отдельная рамка, в которой содержатся дополнительные гиперссылки, объединенные заголовком «Related Links», что можно перевести как «Ссылки по теме», или же, прибегнув к одному из переводческих средств – добавлению – «Другие статьи по данной теме».

Данная новостная статья содержит также внешние гиперссылки: во-первых, можно поделиться статьей в «TWITTER» / «FACEBOOK»; во-вторых, данную статью можно отправить по почте или же связаться с её автором.

Из данного гипертекста можно перейти по гиперссылкам на другие сайты – официальные сайты армии и флота США, на канал «YOUTUBE», на сайт «DVIDS», которые содержат видео/фото/текстовый материал, повторяющий или дополняющий информацию на исходном сайте.

Анализируя выбранный автором лексический инструментарий, можно сделать вывод, что в текстах новостей, ссылок, докладов отсутствуют разговорные выражения, вульгаризмы и сленг. Автор использует только речевые элементы делового и публицистического функциональных стилей. Вся лексика относится либо к пласту литературной речи, или же к терминологии. Таким образом, автор пытается поддержать имидж Министерства обороны США как солидной и авторитетной организации – одного из важнейших ведомств страны не может ассоциироваться с чем-то вульгарным и низкопробным. Сайт министерства обороны – это, прежде всего, грамотная речь, правильно связанные между собой страницы и правильно подобранная информация, развивающая патриотические чувства. Здесь также необходимо отметить, что все авторы статей, используемых автором гипертекста, – американцы, работающие на другой сайт – DoD News,

Defense Media Activity. Два данных сайта – родственные: они оба принадлежат Министерству обороны США. Разница лишь в том, что сайт «<http://www.defense.gov>» представляет собой гипертекст, где можно найти общую информацию о Министерстве обороны США, а в свою очередь «<http://www.dma.mil/>» – это новостной сайт, где автором собрана вся информация о деятельности данного ведомства.

Подводя итог, можно сказать, что гипертекст сайта министерства обороны США – это текст, направленный на информирование населения страны о деятельности данного государственного департамента. Донесение информации до посетителей данного ресурса происходит не посредством сжатых фактов и краткой информации, а с помощью создания яркого, грамотно-выстроенного как с лингвистической, так и с психологической точки зрения, электронного гипертекста, в котором одним из важных средств манипулирования сознанием читателя являются гиперссылки. Гиперссылки в данном гипертексте представлены двух видов: внешние и внутренние. Внешние гиперссылки интересны своим оформлением и экстралингвистическими характеристиками, такими как цвет, размер, фон. В свою очередь внутренние гиперссылки выполняют роль связующих элементов между, по мнению автора, родственными/схожими по теме частями гипертекста.

Нелинейная организация электронного гипертекста накладывает ограничения на функционирование в нем языковых средств реализации связности, релевантных для традиционного линейного текста. Это ограничение компенсируется развитием механизма гиперссылок. Основной характеристикой гиперссылок является функциональная связь двух текстовых или графических изображений на экране компьютера.

Гиперссылка является прагматически сильной позицией гипертекста, которая, благодаря своим визуальным характеристикам, в первую очередь привлекает внимание читателя. Читатели воспринимают гиперссылку как эксплицитно

выраженную связь между элементами гипертекста, а связанные ссылками элементы воспринимаются как тематически родственные. Создатели гипертекстов стараются максимально обеспечить выполнение гиперссылкой этой функции.

### **Список литературы**

1. Бахтин М.М. Язык в художественной литературе: Собр. Соч. в 7т [Текст] / М.М. Бахтин – М.: Художественная литература, 1977. – Т.5. – С. 287–301.
2. Bush V. As We May Think [Electronic resource]. – Access mode: [http://www.nsc.ru/win/elbib/data/show\\_page.dhtml?77+31+35/](http://www.nsc.ru/win/elbib/data/show_page.dhtml?77+31+35/)
3. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: URSS, 2014. – 144 с.
4. Goodman D. The Complete HyperCard 2.0 Handbook [Текст] / D. Goodman. – Bantam Computer Books, 1990. – 724 p.
5. Грин Д. Словарь новых слов [Текст] / Д. Грин. – М.: Вече, Персей, 1996. – 352 с.
6. Дорот В.Л. Толковый словарь современной компьютерной лексики [Текст] / В.Л. Дорот, Ф.А. Новиков – СПб.: БХВ-Петербург, 2004. – 608 с.
7. Кудрина А.В. Семантика цвета в разных культурах [Текст] / А.В. Кудрина, Б.Г. Мещеряков // Психологический журнал Международного университета природы, общества и человека «Дубна». – 2011. – №1. – С. 1–18.
8. Кухаренко В.А. Интерпретация текста: Учебное пособие для вузов [Текст] / В.А. Кухаренко. – Ленинград: Просвещение, 1979. – 328 с.
9. Лукин В.А. Художественный текст: основы лингвистической теории. Аналитический минимум [Текст] / В.А. Лукин. – М.: Ось-89, 2005. – 560 с.
10. Люшер М. Оценка личности посредством выбора цвета [Текст] / М. Люшер. – М.: Эксмо-Пресс, 1998. – 156 с.
11. Мюллер В.К. Англо-русский словарь [Текст] / В.К. Мюллер. – 23-е изд. – М.: Русс. яз., 1990. – 842 с.
12. Нельсон Т.А. File Structure for the Complex, the Changing and the Indeterminate [Electronic resource]. – Access mode: <http://csis.pace.edu/~marchese/CS835/Lec3/nelson.pdf>

13. Панфилова С.С. Смысловая структура англоязычного художественного текста в аспекте гипертекстуальности: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М.: 2009. – 20 с.

14. Руднев В.П. Словарь культуры XX века [Текст] / В.П. Руднев – М.: Аграф, 1999. – 384 с.

15. Тураева З.Я. Лингвистика текста: текст: структура и семантика: Учебное пособие для студентов пед. ин-тов по специальности №2103 «Иностр. яз.» [Текст] / З.Я. Тураева. – М.: Просвещение, 1986. – 128 с.