

УДК 81'33:004(045)

ГИПЕРТЕКСТ: ОРГАНИЗАЦИЯ, СТРУКТУРИРОВАНИЕ И СТРАТЕГИЯ ЧТЕНИЯ

Белла М. В.

Мариупольский государственный университет

Маслова А. Н.

Мариупольский государственный университет

В статье рассмотрены особенности организации гипертекста, структурирования и стратегии его чтения. Отмечено, что основные вопросы проектирования должны учитывать тип текста, как он будет использоваться, и кто будет его использовать. Акцентировано, что одним из важных моментов при построении гипертекста должно быть сосредоточение на стратегии чтения читателей, которая может варьироваться в зависимости от целей и фоновых знаний аудитории.

Ключевые слова: гипертекст, стратегия чтения, навигация, фоновые знания, электронный текст.

Белла М. В., Маслова А. Н. Гіпертекст: організація, структурування і стратегія читання. У статті проаналізовано особливості організації гіпертексту, структурування і стратегії його читання. Зазначено, що основні питання проектування повинні враховувати тип тексту, як він буде використовуватися і хто буде його використовувати. Наголошено, що одним з важливих моментів при побудові гіпертексту має бути зосередження на стратегії читання, яка може варіюватися залежно від цілей і фонових знань аудиторії.

Ключові слова: гіпертекст, стратегія читання, навігація, фонові знання, електронний текст.

Bella M. V., Maslova A. N. Hypertext: organization, structuring and reading strategy. The article discusses the features of the hypertext organization, structuring and reading strategies. The author notes that the main design issues should take into account the type of text, how it will be used, and who will use it. Also one of the important moments in the construction of hypertext should be focusing on reading strategies readers, which can vary depending on the purpose and background knowledge of the audience.

Key words: hypertext, reading strategy, navigation, background knowledge, E-text.

Постановка проблемы и обоснование актуальности ее рассмотрения. В современных информационных и коммуникационных процессах всё более значимую роль играет гипертекст, который сегодня частично вытесняет традиционный линейный текст. Со стремительным развитием электронного гипертекста возникает вопрос ориентации в многоуровневом гипертекстовом пространстве. Процесс чтения – это достаточно сложный процесс.

Анализ последних исследований и публикаций. Многие исследователи выделяют, с одной стороны, *техническую* его сторону: визуальное восприятие и звуковое воспроизведение, т.е. декодирование текста из письменной формы в устноречевую (Т. Г. Егоров, А. Н. Корнев, А. Р. Лурия, М. И. Оморокова, Л. С. Цветкова, Д. Б. Эльконин), а с другой – *смысловую*: понимание значения отдельных слов и целого высказывания (Д. Б. Эльконин, А. Н. Корнев, Л. С. Цветкова, Т. Г. Егоров, А. Р. Лурия) или перевод авторского кода на свой смысловой код (М. И. Оморокова) [5].

Гипертекст же часто описывается как технология, освобождающая читателей и авторов от ограничений «линейных» форматов бумажных документов. Тем не менее, нет достаточных оснований для поддержки такого утверждения, а теоретическая работа в области

анализа текста предполагает, что читатели формируют ментальное представление структуры бумажного документа, что облегчает нелинейное чтение.

Цели и задачи. В настоящей статье мы эмпирически рассматриваем эту концепцию с целью выработки рекомендаций по созданию гипертекстовой базы данных. Опытные читатели действительно обладают общим представлением и могут использовать его для организации изолированных фрагментов текста в более значимое целое. Это представление выполняется для текста, отображённого на экране, поэтому целесообразным является исследование гипертекста для дальнейшей разработки правил структурирования гипертекстовых документов.

Изложение основного материала исследования. Гипертекстовая среда мыслится, с одной стороны, как пространство, в котором размещаются тексты (информация), а с другой стороны, как инструмент, с помощью которого создаётся единичный текст. В этом единичном тексте элементы, предложения или абзацы должны складываться в соответствии с определённой упорядочивающей схемой, причём составные элементы могут быть из разных текстов (цитаты, ссылки, отрывки из других текстов и пр.) [12].

С появлением гипертекста поднимаются вопросы, связанные с организацией и структурированием представления информации в отношении разработки электронных документов. Теперь стало возможным воплощать альтернативные структуры для текстов, которые традиционно соответ-

ствовали относительно стандартному бумажному формату. Как правило, сторонники подхода «новой структуры» отклоняют «бумажный документ» как ограничивающий, поскольку он требует линейного формата представления и потребления, противопоставляя его предположительно свободным характеристикам гипертекста. Однако этот аргумент является спорным, т.к. несмотря на то, что бумажные тексты могут иметь физический линейный формат, мало доказательств того, что читатели сдерживаются этим или только читают такие тексты простым и понятным образом. Например, Диллон определил три стратегии чтения у читателей, только одну из которых можно охарактеризовать как линейную [14; 15]. Чтение не всегда является статическим процессом, который выполняется в одном направлении и ограничен линейным доступом.

Помимо предположительных ограничений бумажных текстов или дружественных браузеру свойств гипертекста, представляется несомненным, что читатели обладают некоторой формой умственного представления типа документа, который предоставляет информацию о вероятной структуре и организации ключевых элементов внутри него. Например, когда мы берем книгу, мы сразу же получаем доступ ко всему множеству информации о вероятном содержании, ее размере, предмете и т.д. Мы знаем, что главы организованы по темам, а предметный указатель расположен в конце книги в алфавитном порядке и предоставляет более конкретную информацию о расположении терминов в тексте. Опытные читатели знают всё это еще до открытия текста. Невозможно, чтобы такие структурные элементы, как оглавление или литература, отсутствовали либо их расположение было изменено, например, оглавление находилось бы в середине книги.

То же самое можно сказать и о газете. Как правило, расположение тех или иных разделов на газетной полосе ожидаемо (политика, экономика, новости спорта, и т.д.). Следовательно, если можно утверждать, что это справедливо для всех установленных текстовых форм, тогда авторам и создателям гипертекстовых документов необходимо тщательно подходить к их организации с точки зрения того, следуют ли они устоявшейся структуре текста или нарушают её.

Предполагается, что разработчики гипертекстовых материалов должны ориентироваться на некоторые из предполагаемых ограничений линейной текстовой формы. Основные вопросы проектирования должны учитывать тип текста, как он будет использоваться, и кто будет его использовать. Эти аспекты смогут повлиять на то, какую информацию читатель получит из текста и какая из стратегий чтения будет использована.

Термин «стратегии чтения» связан с работами Кеннета Гудмана и Питера Колерса. Дж. Бруннер определяет стратегию как «некоторый способ приобретения, сохранения и использования информации, служащий достижению определенных целей в том смысле, что он должен привести к определенным результатам». [7]. Исследованием проблем, связанных с обучением чтению текста, занима-

лись такие учёные, как Н. Д. Гальскова, Н. Н. Гез, М. В. Ляховицкий, А. А. Миролубов, Е. Н. Соловова, С. К. Фаломкина, С. Ф. Шатилов. Количество стратегий и частота их использования не только являются сугубо индивидуальными, но и осознаются личностью как некая «ценность».

Одним из основных моментов при построении гипертекста должно быть сосредоточение на стратегии чтения читателей, которые могут варьироваться в зависимости от целей и фоновых знаний читателя. Читатель, который хочет найти конкретную информацию в гипертексте, должен иметь простые способы поиска информации. Однако, имея конкретную информацию без соответствующего фонового контекста, подобный поиск может быть бесполезным. Таким образом, для гипертекстов это не просто вопрос об отправлении читателя в нужное место в тексте, но и обеспечение того, чтобы соответствующая информация была представлена в значимом контексте. Т.е. для нахождения конкретной информации требуется соответствующий фондовый контекст, прежде чем «читатель» мог бы идти вперёд и прочитать конкретную информацию. Для читателей с обширными фоновыми знаниями, теория понимания текста предполагает, что этот значимый контекст может быть не нужен. Тем не менее, для читателей без надлежащих фоновых знаний дополнительная информация будет более ценной. По этой причине, было бы целесообразно вставить соответствующий контекст или разрешить начинающему читателю прочитать все предпосылки контекста для того, чтобы получить необходимую информацию.

В дополнение к предоставлению соответствующего контекста для читателей важно поддерживать привычные стратегии чтения. Читатели будут перемещаться по тексту, пытаясь найти согласованные пути. Таким образом, читатели должны быть в состоянии идентифицировать эти пути. Это реализуется несколькими способами. Обеспечение чёткой структуры текста поможет читателю найти эти пути. Хотя большой текст может иметь огромную структуру, которая не может быть представлена как нечто целое: обеспечивая локальную информацию вокруг текущего узла, будут предоставлены как дополнительный контекст для читателя, так и дополнительная информация о том, какие узлы будут производить последовательное представление знания. Построение правильного представления структуры гипертекста позволит пользователям эффективно перемещаться по тексту. Наряду с наличием чёткой структуры, важно использование и меток-якорей для узлов, которые также способствуют ориентированию в тексте. Ярлыки, которые укажут на роль конкретного узла, не только помогут читателю в удачном угадывании соответствующего «пути» к необходимой информации, но также укажут на его местоположение.

Одной из наиболее распространённых проблем при разработке гипертекста является преобразование линейного текста в гипертекст. При изменении текста в гипертекст возможно обеспечение гораздо большей гибкости для читателей, поэтому эти преобразования должны быть сосредоточены на реструктуриза-

ции информации и не должны вносить масштабные изменения в смысловую нагрузку текста. Изменение структуры текста предоставит читателю больше возможных способов добраться до какого-либо конкретного узла. Текст в этом узле должен быть представлен так, что переход в этот узел будет когерентным. Таким образом, конечный текст, преобразованный из линейного, может включать значительные преобразования исходного текста для того, чтобы сделать его быть более подходящим для формата гипертекста.

Выводы и перспективы последующих исследований в этом направлении. Наиболее простым способом решения проблемы структурирования при преобразовании традиционного текста в гипертекст является сохранение текста в линейной форме, но

с расширением его различными функциями, облегчающими навигацию. Эти функции включают в себя динамическое оглавление, текущий контекст и поиск, который отсылает к оглавлению. Это позволяет читателям добраться до соответствующих мест в тексте, но также позволяет им читать текст в линейном порядке. Таким образом, разработка гипертекста – это не только вопрос разработки текста со всеми соответствующими взаимосвязями. Эффективный гипертекст должен основываться на согласованной последовательной структуре переходов. Эта структура, в свою очередь, должна представлять интуитивно понятный для читателя интерфейс, который облегчит процесс навигации в гипертекстовом пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Визель М. Гипертексты по ту и эту стороны экрана [Электронный ресурс] / Михаил Визель // Иностран. лит. – 1999. – № 10. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/inostran/1999/10/visel.html>.
2. Дедова О. В. Лингвистическая концепция гипертекста: основные понятия и терминологическая парадигма / О. В. Дедова // Вестн. Моск. ун-та. – 2001. – № 4. – Сер. 9 : Филология. – С. 22–36.
3. Емелин В. А. Гипертекст и постгугенберговская эра [Электронный ресурс] / В. А. Емелин // Home page. – 1999. – Режим доступа : <http://emeline.narod.ru/hipertext.htm>.
4. Лутовинова О. В. Гипертекст : понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу / О. В. Лутовинова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2009. – Вып. № 5. – С. 4–7.
5. Нижегородцева Н. В. Психологический анализ смыслового чтения как специфического вида деятельности / Н. В. Нижегородцева, Т. В. Волкова // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – № 2. – Том II. – С. 257–262.
6. Попова С. В. Стратегии овладения и пользования языком / С. В. Попова, Ф. И. Валиева // XXXIV Неделя науки СПбГПУ : [материалы межвузовской научно-технической конференции]. – 2006. – Ч. XI. – С. 81–82.
7. Романичева Е. С. Современные стратегии чтения. Теория и практика. Смысловое чтение и работа с текстом / Е. С. Романичева, Г. В. Пранцова. – Форум : Высшее образование, 2015. – 368 с.
8. Рязанцева Т. И. Теория и практика работы с гипертекстом / Т. И. Рязанцева. – М. : Академия, 2008. – 208 с.
9. Субботин М. М. Теория и практика нелинейного письма (взгляд сквозь призму «грамматологии» Ж. Деррида) / М. М. Субботин // Вопросы философии. – 1993. – № 3. – С. 36–45.
10. Тупикова А. М. Некоторые особенности структуры гипертекста немецкоязычной рекламы товаров для детей / А. М. Тупикова // Вестник КемГУ. – 2013. – № 2 (54). – С. 172–178.
11. Хартунг Ю. Гипертекст как объект лингвистического анализа / Ю. Хартунг, Е. Брейдо // Вестн. Моск. ун-та. – 1996. – № 3. – Сер. 9 : Филология. – С. 61–77.
12. Четвернина М. И. Особенности чтения электронных текстов / М. И. Четвернина // Вестн. Моск. госуд. областного ун-та. – Сер. «Педагогика». – № 1. – М. : Изд-во МГОУ, 2010. – С. 172–176.
13. Эпштейн В. Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы [Электронный ресурс] / В. Л. Эпштейн. – Режим доступа: <http://www.ipu.rssi.ru/publ/epstn.htm>.
14. Dillon A. The human factor s of journal usage and the design of electronic text: Interacting with Computers / Andrew Dillon, John Richardson, Cliff McKnight –1989. – P. 183–189.
15. McKnight C. Hypertext in Context / Cliff McKnight, Andrew Dillon, John Richardson. – Cambridge : Cambridge University Press, 1991. – 176 p.