
*Ю.А.Шевчук,
аспірантка кафедри філософії
НТУУ «КПІ»*

ФЕНОМЕН ГІПЕРТЕКСТУ І КОНЦЕПТУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ ПОСТСТРУКТУРАЛІЗМУ

У контексті формування нової культурної парадигми особливого значення набувають інноваційні інформаційно-комунікативні технології, які суттєво впливають на процеси трансформації сучасного інформаційного суспільства. Адже процеси культуротворення, інтенція сучасних культурно-мистецьких практик щодо створення відкритих інформаційних структур, нових форм естетичної комунікації різною мірою пов'язані зі застосуванням технологій віртуальної реальності, які виступають способом актуалізації інтерактивної діяльності реципієнта як співавтора тексту. За таких умов актуальним напрямом дослідження є розгляд феномену гіпертексту як форми прояву віртуальної реальності в контексті концептуальних стратегій постструктуралізму.

Багатоаспектність феноменів гіпертексту та інтертекстуальності репрезентується в концепціях зарубіжних учених. Зокрема, теоретико-методологічні аспекти феномену інтретекстуальності висвітлюються в роботах Р.Барта, Ж.Женетта, Ю.Крістєвої, Т.Нельсона, Н.Б.Маньковської, М.Ріффатера, П.Фольца та ін. В українській науці дослідженням теоретичних та прикладних аспектів проблеми інтертекстуальності займалися І.М.Артамонова, С.Ю.Балакірова, А.І.Гурдуза, І.П.Ільїн, А.І.Мамалига, С.В.Заборовська та ін. Проте слід зазначити, що проблему дослідження гіпертексту як форми прояву віртуальної реальності в українській науці висвітлено недостатньо і вона потребує подальшої наукової розробки. Зважаючи на це, маємо на меті розглянути феномен гіпертексту з точки зору концептуальних стратегій постструктуралізму і постмодернізму. Для реалізації поставленої мети необхідно розв'язати такі завдання: за допомогою компаративного аналізу дослідити стратегії інтертекстуальності Р.Барта, Ю.Крістєвої та залучити їх до розгляду феномену гіпертексту; розкрити суть поняття гіпертексту в контексті сучасного наукового дискурсу; з'ясувати інтерактивну специфіку

гіпертексту як форми організації віртуальної реальності.

Аналіз проблеми тексту та інтертекстуальності дозволяє стверджувати, що теорія інтертекстуальності сформувалася в контексті постструктуралізму й постмодернізму і є однією з важливих у виявленні естетичної спрямованості сучасних культурно-мистецьких практик. Феномен інтертекстуальності є методологічно важливим для розкриття специфіки концептуальних стратегій постструктуралізму й постмодернізму і зумовлює необхідність розглянути одну з основних у постструктуралізмі та постмодернізмі – категорію тексту. В контексті семіотичної парадигми Ю.Крістева розглядає поняття тексту «як певний транслінгвістичний устрій; він перерозподіляє порядок мови і пов'язує комунікативну мову, спрямовану на безпосереднє передавання інформації, з іншими, попередніми або одночасними, висловлюваннями різних типів» [1, 136]. Проте категорія тексту не обмежується тільки літературними жанрами, оскільки будь-який художній твір у контексті постструктуралізму та постмодернізму розглядається як текст.

Цей підхід до трактування твору як тексту дістав теоретичне обґрунтування в стратегії текстового аналізу Р.Барта, в якій центральну позицію займає поняття інтертекстуальності як актуалізації гетерогенної та множинної структури тексту. Р.Барт стверджує, що кожен текст треба розглядати як інтертекст, позаяк «на різних рівнях, в більш-менш упізнаваній формі в ньому присутні інші тексти – тексти попередньої культури і тексти навколишньої культури; будь-який текст – це тканина, зіткана з цитат, які побували у вжитку» [2, 53]. Тобто інтертекстуальна природа тексту пов'язана з тим, що в кожному тексті взаємодіють на різних смислових рівнях фрагменти множинних кодів, ритмічних моделей, а також фрагменти соціальних мов та ін. За таких умов, зазначає дослідник, що «поняття інтертекст надає теорії тексту соціального обсягу: вся мова в цілому, як попередня, так і сучасна, надходить у текст, але надходить не шляхом упізнаваної філіації або свідомого наслідування, а шляхом дисемінації» [2, 52]. Отже, інтертекстуальність не ізолює літературний чи будь-який інший текст від соціального контексту, оскільки в ньому містяться відлуння інших дискурсів, тобто «інтертекстуальність постає не тільки в світлі вертикальної моделі – моделі традиції і філіації, а й у світлі моделі горизонтальної, яка передбачає взаємообмін з усією сукупністю оточуючих

мов» [2, 64]. При цьому зазначимо, що розгляд проблеми інтертекстуальності дає змогу виявити інформаційну насиченість тексту як гетерогенну взаємодію різних інформаційних структур.

Досліджуючи специфіку феноменів тексту та інтертекстуальності, зауважимо, що дану проблему порушували чимало теоретиків, зокрема Ю.Крістева. Її праці «Слово, діалог і роман» (1966), «Закритий текст» (1966–1967) є важливою складовою сучасного наукового полілогу, в якому беруть участь теоретики постструктуралізму-постмодернізму, серед яких – Р.Барт, Ж.Дерріда, Ж.Женетт, У.Еко, Ж.Лакан, М.Ріффатер, М.Фуко та ін. За концепцією Ю.Крістевої, інтертекстуальність – «це «пермутації текстів»: вона засвідчує, що «в просторі того чи іншого тексту кілька висловлювань, взятих з інших текстів, взаємно перетинаються і нейтралізують одне одного» [1, 136]. Цей структурно-смысловий «перетин» текстової організації дослідниця називає ідеологемою, яку вважає інтертекстовою функцією, «яка, «матеріалізуючись» на тих чи інших рівнях структури кожного тексту, поширюється по всій його траєкторії, задаючи йому історичні та соціальні координати» [1, 137]. Такий підхід до визначення інтертекстовості дозволяє виявити культурні моделі, що репрезентуються через структуру цього тексту. Тобто «текст – це комбінаторика, місце постійного взаємообміну між безліччю фрагментів...» [2, 51], а створення кожного нового тексту потребує використання раніше створених текстів. Тож текст виступає як полівалентна структура, як форма трансляції важливої соціокультурної інформації. Авторка зауважує, що інтертекст – це не інструмент для відтворення попереднього тексту, а саме динамічний процес, оскільки посилання в тексті надають реципієнтові можливість зробити вибір смыслової перспективи, акцентувати інформаційно-смысловий напрямок тексту в процесі означування [2, 51].

Розвиток інформаційно-комунікативних технологій, зокрема комп'ютерних, дав змогу втілити ідею інтертекстуальності в структурі гіпертексту. Аналізуючи поняття гіпертексту, зауважимо, що науковці виокремлюють такі його характеристики, як нелінійність, відкритість, фрагментарність, множинність, мультимедійність. До того ж гіпертекст є технологічною модифікацією друкованого тексту, переходом на якісно новий рівень взаємодії читача і тексту, на принципово новий спосіб комунікації читача з текстом. Крім того, на думку французької дослідниці Н.П'єге-Гро, «інтертекстуальність

активізує пам'ять читача та запас його знань» [2, 40], а особливістю гіпертексту є те, що «він задає певний режим читання, вимагає від читача активної участі у виробленні сенсу» [2, 40]. Отже, у формуванні гіпертексту як смислової структури значну роль відіграє саме реципієнт, який актуалізує структуру гіпертексту через гіперпосилання і можливість інтерактивного коментування. Реципієнт гіпертексту весь час повинен здійснювати вибір смислового вектора за допомогою використання посилань і виносок.

Зазначимо, що в інтертекстуальній стратегії постструктуралізму методологічно важливим є розгляд інтерпретаційної діяльності реципієнта в контексті актуалізації тексту. Р.Барт, досліджуючи специфіку тексту, підкреслює, що «текст – це продуктивність», «де зустрічаються виробник тексту і його читач: текст «працює» щомиті, з якого боку до нього не підійди; навіть, будучи записаним (закріпленним), він не припиняє працювати, підтримуючи процес виробництва» [2, 52]. Екстраполяція цього розуміння динамічної структури тексту як процесу вироблення смислу на феномен гіпертексту дозволяє стверджувати, що текст – це такий процес виробництва смислу, в якому без активації посилання читачем, без акту вибору і сприйняття їх реципієнтом, у тому числі користувачем Інтернету, не актуалізуються властивості множинності й гетерогенності варіативного смислу. Тільки реципієнт може в акті такого творіння відкрити, створити, тобто здійснити множинність смислів гіпертексту. Цей вибір зумовлюється уподобаннями реципієнта, які, своєю чергою, зумовлюються безліччю його культурних і соціальних знань, ідеологій, особливістю світобачення та світосприйняття, а також його культурно-естетичним досвідом, ступенем інтенсивності герменевтичної активності, рівнем комунікативної компетентності та медіакомпетентності як здатністю декодувати інформацію, реагувати на ту чи іншу конотацію і сприймати її. За Р.Бартом, читач у своєму виборі тих чи інших посилань всередині гіпертексту поєднує безліч смислів, змушуючи їх резонувати один з одним, і тим самим творчо трансформує інформаційну структуру гіпертексту в смислову, яка, однак, не є єдиною і ніколи не може бути вичерпною для певного тексту. Оскільки текст піддає комбінуванню і взаємній заміні висловлювання, запозичені з попередніх текстів, він є інтертекстом, а інтертекстуальність властива йому тому, що «письмо, що виробляє текст, діє за допомогою редистрибуції, деконструкції

та дисемінації попередніх текстів» [2, 53]. У цьому контексті інноваційною специфікою гіпертексту є можливість створювати інваріантні форми тексту, оскільки полівалентність гіпертексту апелює до креативності реципієнта, ініціюючи актуалізацію творчої діяльності реципієнта як співавтора в процесі формування структури і означування гіпертексту.

П.Фольц, досліджуючи проблему гіпертексту, наводить визначення цього феномену американським філософом та соціологом Т.Нельсоном (1967), на думку якого гіпертекст є поєднанням «природної мови тексту з потужністю комп'ютера для інтерактивного розгалуження або динамічного відображення... нелінійного тексту..., який не можна зручно надрукувати на звичайній сторінці» [3, 11]. У цьому контексті можна виокремити деякі з основних особливостей гіпертексту, які відрізняють його від лінійного тексту, а також від інформаційно-пошукових систем. Основною особливістю гіпертексту є те, що текстова інформація постає вже не в лінійній формі, а отже, не є послідовною. Якщо в лінійному тексті інформація має один фіксований порядок для читання тексту, який був встановлений автором, то в гіпертексті може бути кілька способів читання тексту, що пов'язано з вибором читачем шляху, який найкраще підходить для його потреб. Другою відмітною рисою гіпертексту є асоціативні зв'язки між пов'язаними елементами, створеними автором або за допомогою комп'ютерної технології, які допомагають читачеві змінювати одну тему на іншу. У цьому контексті Т.Нельсон визначає читання «як караван думок, в якому інформаційні елементи з'являються у відповідному контексті. Читач читає, рухаючись по бажаних поєднаннях» [3, 11].

Оскільки в тексті є кілька поєднань, або смислових вузлів, третьою особливістю гіпертексту є його динамічна форма репрезентації, за допомогою якої всі реципієнти як читачі одного і того самого тексту не можуть мати однакового тексту, адже структура тексту актуалізується в процесі переходу до різних інформаційних структур, а також під час означування реципієнтом певних смислових сегментів гіпертексту. За таких умов останній можна розглядати як відкриту та динамічну структуру, створювану в процесі співавторської діяльності реципієнта. Важливою особливістю гіпертексту Т.Нельсон називає можливість вносити форму пошуку в текст, тобто гіпертекст може мати механізм пошуку, який відправить читача

до частини тексту, в якій трапляються конкретне слово або фрази [3, 11–12]. Тобто гіпертекст складається з частин, або фрагментів, тексту, що пов'язані асоціативно. Така його комунікативна технологія дозволяє реципієнту, як співавтору, створювати варіанти текстової структури, реалізовувати принципову множинність відкритої форми. Отже, гіпертекст розглядається як сучасна технологія віртуальної реальності, пов'язана зі створенням та репрезентацією непослідовних зв'язків між окремими структурними частинами інформації: блоками, модулями або іншими фрагментами інформації. Тому його можна визначити як непослідовний запис або як текст в електронному вигляді, який використовує переваги інтерактивних можливостей через кореляційний зв'язок з інтертекстуальністю.

Аналізуючи специфіку гіпертекстової організації тексту, Т.Нельсон пропонує власну класифікацію гіпертексту, а саме – поділ його на п'ять типів, виокремлюючи дискретний стиль гіпертексту, паралельний гіпертекст, стретчтекст, великий та специфічний гіпертекст [4, 6–7]. Сутність дискретного стилю гіпертексту полягає в тому, що він складається з окремих частин тексту, пов'язаних посиланнями і поданих у вигляді виносок. Такий тип структури гіпертексту дозволяє реципієнтові взаємодіяти з цими частинами та отримувати новий фрагмент інформації, пов'язаної з попередньою. Використання дискретного стилю гіпертексту передбачає логічну організацію посилань, даючи змогу «забезпечити докладні пояснення слова, фрази або теми» та легко засвоїти інформацію [4, 6–7]. Другий тип гіпертексту – паралельний – зручний у порівнянні, наприклад, двох термінів, оскільки дозволяє паралельно вивести на екран значення цих термінів та швидко й легко засвоїти потрібну інформацію. Наступний тип гіпертексту – стретчтекст, який спонукає змінювати текст, збільшувати чи зменшувати його. Розширення скретчтексту можливе завдяки проміжкам між фразами, які «можуть бути використані для додавання нових слів і фраз, мультиплікаційних картинок» [4, 7]. Великий гіпертекст, за визначенням Т.Нельсона, «складається з «усього», написаного про предмет або ставлення до нього...» [4, 7]. Використання такого типу гіпертексту дозволяє реципієнтові «мандрувати» в інформаційному просторі і отримувати потрібну йому інформацію, оскільки у великому гіпертексті всі фрагменти інформації пов'язані між собою. Останнім типом гіпертексту є специфічний гіпертекст, «спеціально

написаний для певної мети в певній галузі, отже, використання також буде обмежене конкретним типом користувачів» [4, 7]. Гіпертекстова організація інформації дозволяє створювати, редагувати і переставляти частини тексту відповідно до потреб реципієнтів. Гіпертекстові бази даних можуть мати змінні структури, які розширюють можливості як автора змінювати гіпертекстову структуру за допомогою вербальних і невербальних форм кодування інформації, додаючи, видаляючи або редагуючи текст. Гіпертексту властива нелінійність формотворення, оскільки він не має чіткої горизонтальної структури класичного літературного твору. Його інтертекстуальна специфіка як специфічної інформаційно-комунікативної стратегії репрезентована не тільки в сучасних жанрах гіперлітератури – вона застосовується в інноваційних формах сучасних мистецьких практик у різних видах художньої творчості.

Отже, розгляд проблеми інтертекстуальності за концепціями Р.Барта, Ю.Крістєвої, аналіз концепції гіпертексту Т.Нельсона дає можливість дослідити інтертекстуальну специфіку гіпертексту як форми організації віртуальної реальності, проаналізувати множинність його структури, яка базується на принципах гетерогенності, нелінійності, принципової варіативності його інформаційно-сислової структури. Інноваційна стратегія гіпертексту уможливило створення інваріантних форм художнього твору, актуалізацію герменевтичного потенціалу реципієнта як співавтора художнього твору, а також допомагає виявити інтертекстуальну природу гіпертексту, пов'язану з полівалентністю сислової структури.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Крістєва Ю.* Избранные труды: Разрушение поэтики / Пер. с франц. – М., 2004. – 656 с.
2. *Пьезе-Гро Н.* Введение в теорию интертекстуальности: Пер. с фр. / Общ. ред. и вступ. ст. Г.К.Косикова. – М., 2008. – 240 с.
3. *Foltz P.W.* Readers comprehension and strategies in linear text and hypertext [Електронний ресурс] / P.W.Foltz // ICS Technical report № 93-01. University of Colorado at Boulder. – Режим доступу: <http://publications.drdo.gov.in/ojs/index.php/djlit/article/viewFile/3070/1531>.
4. *Ramaiah C.K.* Hypertext and Hypermedia: An Overview [Електронний ресурс] / C.K.Ramaiah // Desidoc Bull of Inf.Technol. – 1992. – №12 (6). –

Рр.3–13. Режим доступу:

http://www.colorado.edu/ics/sites/default/files/attached-files/93-01_0.pdf.

Шевчук Ю.А. Феномен гіпертексту та концептуальні стратегії постструктуралізму.

Статтю присвячено аналізу проблеми інтертекстуальності в контексті концептуальних стратегій постструктуралізму. Розгляд інтертекстуальної стратегії дозволяє дослідити специфіку сучасних культурних практик, що репрезентовані гіпертекстовими формами, визначити роль реципієнта у формуванні смислової структури тексту. Автор розглядає поняття гіпертексту в контексті сучасного наукового дискурсу, за допомогою компаративного аналізу досліджує стратегії інтертекстуальності, запропоновані Ю.Крістєвою, Р.Бартом, висвітлює інтерактивну специфіку гіпертексту як форми організації віртуальної реальності, розкриває гіпертекстову структуру з точки зору актуалізації принципів множинності, нелінійності та відкритості.

Ключові слова: гіпертекст, віртуальна реальність, інтертекстуальність, нелінійна структура, інтерактивність, інформаційне суспільство.

Шевчук Ю.А. Феномен гипертекста и концептуальные стратегии постструктурализма.

Статья посвящена анализу проблемы интертекстуальности в контексте концептуальных стратегий постструктурализма. Рассмотрение интертекстуальной стратегии позволяет исследовать специфику современных культурных практик, представленных гипертекстовыми формами, определить роль реципиента в формировании смысловой структуры текста. Автор рассматривает понятие гипертекста в контексте современного научного дискурса, с помощью компаративного анализа исследует стратегии интертекстуальности, предложенные Ю.Кристевой, Р.Бартом, освещает интерактивную специфику гипертекста как формы организации виртуальной реальности, раскрывает гипертекстовую структуру с точки зрения актуализации принципов множественности, нелинейности и открытости.

Ключевые слова: гипертекст, виртуальная реальность, интертекстуальность, нелинейная структура, интерактивность, информационное общество.

Shevchuk Y. The phenomenon of hypertext and conceptual strategies of poststructuralism.

The paper analyzes the problem of intertextuality in conceptual strategies of poststructuralism. Review intertextual strategy allows to investigate the specificity of contemporary cultural practices are represented by hypertext

forms, define the role of the recipient in the formation of the semantic structure of the text. In the article the author examines the concept of hypertext in the context of modern scientific discourse, through comparative analysis explores the phenomenon of hypertext on the concept of Y.Kristeva, interactive analyzes the specific hypertext as a form of virtual reality and the manifestations of intertextual specific of hypertext in contemporary art practice and culture in general.

Key words: hypertext, virtual reality, intertextuality, nonlinear structure, interactivity, information society.