

УДК 004.77 : 070.22 + 004.451.55 + 004.55

Е. В. Каблуков

К ВОПРОСУ О КОНСТРУИРОВАНИИ СВЕРХТЕКСТОВ В ИНТЕРНЕТ-МЕДИА

Рассматривается специфика конструирования свёрхтекстов в интернет-медиа. Объединение материалов на одной интернет-странице, а также использование гипертекстовых и интерактивных элементов позволяет эффективно выстраивать классифицирующий, справочный и рефлексивный свёрхтексты. Это, с одной стороны, обеспечивает аудитории дополнительные возможности по поиску информации и выражению своего мнения, с другой — ограничивает реципиентов, предлагая им готовые решения.

К л ю ч е в ы е с л о в а: свёрхтекст, Интернет, массмедиа, интернет-медиа, контекст, гипертекст, интертекст.

С каждым днем интернет-медиа становятся все более популярными и все активнее участвуют в конструировании той «реальности», в которую погружен современный индивид (о конструировании реальности в журналистском дискурсе см. [13]). Их успех во многом объясняется особой природой интернет-коммуникации, основными свойствами которой считаются гипертекстуальность, интерактивность и мультимедийность [5, 7, 10]. В результате сетевые медиа совмещают и усиливают практически все возможности традиционных СМИ (прессы, радио и телевидения).

В настоящей работе мы остановимся на специфике конструирования свёрхтекстов вокруг журналистского текста в интернет-медиа. Аналогичные свёрхтексты появляются и в традиционных СМИ: редакция вписывает конкретный журналистский текст в свёрхтекст страницы, газеты или журнала в целом. Безусловно, читатель (но чаще исследователь) может сформировать и более сложный свёрхтекст, ознакомившись со всеми номерами за определенный период, например за год. Однако пользователь Интернета получает доступ к подобным свёрхтекстам без каких бы то ни было усилий. Всю работу за него делает редакция. Таким образом, интернет-медиа получают дополнительные возможности по конструированию «информационного образа актуальности» [5, 8] или, другими словами, картины данного дня, месяца, года, картины мира вообще.

Итак, нас интересуют такие свёрхтексты, ядром которых выступает конкретный журналистский материал. Под свёрхтекстом мы вслед за Н. А. Купиной понимаем «совокупность высказываний, текстов, ограниченную темпорально и локально, объединенную содержательно и ситуативно, характеризующуюся цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресанта и адресата, с особыми критериями нормального/анормального» [6, 215].

КАБЛУКОВ Евгений Викторович — кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка и стилистики Института гуманитарных наук и искусств Уральского федерального университета (e-mail: kablukov.usu@gmail.com).

© Каблуков Е. В., 2012

Конструирование сверткеста вокруг ядерного журналистского материала можно рассматривать как включение данного материала в контекст. В узком лингвистическом понимании контекстом принято называть «фрагмент текста, включающий избранную для анализа единицу, необходимый и достаточный для определения значения этой единицы, являющегося непротиворечивым по отношению к общему смыслу данного текста» [12, 238]. Т. В. Матвеева определяет контекст как «речевое окружение данной языковой единицы, в котором она проявляет свое значение и предназначение» [9, 114]. Таким образом, контекст может выходить за пределы одного текста и охватывать пространство всего функционального стиля [Там же]. Мы под контекстом понимаем текстовое окружение данного журналистского текста (тексты, которые объединены с данным журналистским текстом в один сверткест), способствующее его интерпретации. Такой подход не смешивает понятия вербального и социального контекста (текстовое окружение, конечно, не является социальным контекстом), но несколько проблематизирует применение термина «вербальный контекст» в связи с тем, что текст в современном понимании представляет собой не только речевое произведение [3], но и поликодовое произведение, совмещающее вербальные и невербальные знаки — так называемый креолизованный текст [1, 2].

Теперь обратимся к интернет-странице, на которой размещен журналистский текст. Как правило, эта страница представляет собой сверткест, т. е. совокупность текстов, объединенных замыслом редакции и в таком виде представленных аудитории (аналогичный сверткест формируется и на страницах традиционных печатных СМИ — газет и журналов). В качестве примера рассмотрим сверткест, конструируемый вокруг заметки «Россия расплатилась с Киргизией по долгам за военные базы» на сайте «Lenta.ru» [14]. Названный текст соседствует со следующими блоками информации, которые содержат гиперссылки на соответствующие интернет-страницы:

- 1) главный рубрикатор «Lenta.ru» (левое поле);
- 2) последние новости, представленные в правой верхней части страницы;
- 3) материалы из рубрики «Страна, которой нет», представляющие собой креолизованные тексты;
- 4) рекламный баннер «Motor.ru», также сочетающий текстовую и графическую информацию;
- 5) текст-объявление о поиске сотрудника и др.

Таким образом, сверткест интернет-страницы, кроме центрального журналистского материала, может включать заголовки и фрагменты других журналистских текстов, рекламные и иные материалы, которые также можно рассматривать как тексты. Данный сверткест в полном объеме представлен на интернет-странице, поэтому для знакомства с ним не требуется использовать возможности гипертекста. Однако интернет-страница, как правило, превышает размер дисплея, что приводит к необходимости пользоваться функцией прокрутки. Это влияет на восприятие журналистского материала и рассматриваемого сверткеста в целом.

Отметим также, что сверткест интернет-страницы является динамичным: его содержание может меняться каждый раз при загрузке страницы в соответствии

с замыслом редакции, редакция интернет-медиа имеет возможность актуализировать контекст того или иного материала. Этим свертхтекст принципиально отличается от страниц печатных СМИ.

Наше исследование показало, что благодаря включению журналистского текста в свертхтекст интернет-страницы, использованию гипертекстовых и интерактивных элементов происходит конструирование свертхтекстов трех функционально различных типов.

Первый — **классифицирующий свертхтекст** — включает журналистский текст в определенный класс текстов. Наиболее типичные классы — тематические, хронологические и авторские.

1. Тематический свертхтекст — это совокупность текстов, отобранных по тематическому принципу. Сюда можно отнести материалы той же рубрики, на ту же тему, о тех же персонажах — людях и организациях. Все эти тексты, конечно, полностью не представлены на одной интернет-странице. На них указывают, как правило, лишь заголовки-гиперссылки, посредством которых читатель может перейти на соответствующую страницу и прочитать искомый текст.

В качестве примера рассмотрим тематический свертхтекст, конструируемый вокруг материала «РусГидро» недооценило активы «Интер РАО» на сайте газеты «Коммерсантъ» [15]. На интернет-странице представлены заголовки пяти других материалов из рубрики «Электроэнергетика», в которую входит и выбранный нами текст. Кроме того, представлен список персон и компаний, упоминаемых в тексте (Олег Дерипаска; «РусГидро», «Интер РАО ЕЭС», «ЕвроСибЭнерго» и др.). При переходе по соответствующим ссылкам пользователь получает список журналистских материалов, посвященных этим персонажам. Данные материалы также включаются в тематический свертхтекст.

2. Хронологический свертхтекст объединяет тексты по хронологическому принципу. Традиционно в интернет-медиа выстраиваются свертхтексты материалов данного номера (если медиа имеет бумажный аналог) или материалов некоторого временного интервала — часа, дня, недели.

Вот пример с сайта «Газета.ru». На странице с материалом «ЦИК: на 10 утра явка избирателей более чем в два раза превышает последние выборы в Думу» представлены так называемые «новости часа»: «На юге Польши столкнулись два поезда: минимум 13 погибших, более 60 раненых»; «Ромни победил на праймериз кандидатов в президенты США от республиканцев в Вашингтоне» и др. [16]. Всего в данном блоке опубликовано 15 наиболее актуальных (последних по времени) информационных сообщений. Гипертекстовым является и название блока: оно связано с интернет-страницей, на которой представлен список всех новостей в хронологическом порядке (по убыванию актуальности).

3. В авторский свертхтекст входят тексты одного автора. Однако каждая редакция заинтересована в том, чтобы популяризировать собственные материалы, поэтому можно сказать, что данный свертхтекст ограничивается текстами одного автора, размещенными на сайте данного интернет-медиа.

Так, на одной из страниц сайта «Новой газеты» размещен материал Юлии Латыниной «Обналичка розовых слонов» [17]. Здесь же представлены гипер-

текстовые заголовки других ее текстов: «Покушение на вождя», «В демократиях не бывает “за”», «Что такое сильная страна...», а также гиперссылка, обеспечивающая переход к списку всех материалов автора.

Справочный свёрхтекст складывается из журналистского текста и совокупности текстов, поясняющих его содержание, причем гиперссылки на них содержатся, как правило, в данном тексте.

Рассмотрим фрагмент из материала «Обломки небесной тверди», опубликованного на сайте журнала «Вокруг света»:

Гигантский фейерверк, охвативший всю восточную половину небосвода над Северной Америкой в 1833 г., длился несколько часов, пока не растаял в лучах восходящего **Солнца**. Зрелище, наблюдавшееся на громадной территории от Атлантического океана до Скалистых гор, было настолько впечатляющим, что память о нем жива поныне. Это событие запечатлено и в легендах индейцев, и в воспоминаниях европейских переселенцев, и в песнях темнокожих рабов. Поэтому жители штата Алабама на юге **США** и сейчас ежедневно видят те самые падающие звезды. Правда, не в небе, а на своих автомобильных номерах, украшенных «дождем» из звездочек и нотных знаков [18].

Выделенные слова являются гиперссылками. Первая приводит нас к другому журналистскому материалу, посвященному Солнцу и озаглавленному «Возмутитель спокойствия» [19], вторая — к странице с кратким справочным материалом «США в целом» [20]. С помощью этих гиперссылок журналист (редакция) устанавливает связи между текстами. Гипертекст в таком случае можно рассматривать как инструмент, позволяющий эксплицировать интертекстуальность, т. е. «соотнесенность одного текста с другим, диалогическое взаимодействие текстов в процессе их функционирования, обеспечивающее приращение смысла произведения» [11, 104].

Итак, особенность классифицирующего свёрхтекста заключается в том, что общее представление о его содержании пользователь получает из одной интернет-страницы, но для подробного знакомства с данным свёрхтекстом необходимо перейти по соответствующим ссылкам и прочитать тексты, размещенные на других интернет-страницах. Справочный свёрхтекст имеет с классифицирующим много общего, но строится немного иначе: текст-справка обычно размещен на другой интернет-странице, а пользователь не знает о его содержании заранее.

Третий тип — **рефлексивный свёрхтекст** — конструируется в том случае, если в данном интернет-медиа происходит обсуждение журналистского материала, предполагающее создание читателями (а возможно, и журналистами данного медиа, в том числе автором материала) вторичных текстов, т. е. текстов, созданных на базе данного журналистского материала со сменой субъекта речевой деятельности: «первичный текст выступает как предмет, а вторичный — как результат этой деятельности» [8, 81]. В таком случае вторые авторы вступают в своеобразный диалог с первичным текстом, его автором, а также с другими вторыми авторами и их текстами [4, 8]. Журналистский материал в совокупности со всеми вторичными текстами к нему — назовем их комментариями — и образует рефлексивный свёрхтекст.

Рассмотрим пример конструирования такого свёрхтекста вокруг материала «Чрезвычайно неудобное предложение» (подзаголовок: «Сергей Шойгу

рекомендовал кандидатам в президенты общественный договор»), опубликованного на сайте газеты «Коммерсантъ» [21]. Основная идея текста отражена в лиде, который, кстати, вместе с заголовочным комплексом представлен на странице с комментариями:

Вчера разразился скандал вокруг предложенного доверенным лицом кандидата в президенты Владимира Путина Сергеем Шойгу общественного договора. Текст договора вчера же был разослан кандидатам. Журналист Леонид Парфенов, которого политолог Сергей Кургинян записал в авторы документа, заявил «Ъ», что он его не писал и подписывать в предложенном варианте не будет. А кандидаты в президенты не намерены подписывать его, поскольку это «никчемная бумага» и «очередной фарс». На обсуждении договора, которое должно состояться в понедельник в Министерстве по чрезвычайным ситуациям, собираются не все кандидаты в президенты.

Вторые авторы создают комментарии, которые, во-первых, относятся непосредственно к первичному тексту, во-вторых, являются реакцией на другие комментарии. Как правило, эти связи демонстрируются с помощью особого оформления интернет-страницы (здесь и далее стиль, орфография и пунктуация вторых авторов сохранены):

neoliberal2: нервы сдают у власти. что интересно, подписать предложили всем кандидатам в президенты, путин как бы проверяет их, он уже боится. если бы за документом стоял только безумный кургинян это одно, но документ анонсирован шойгу это уже намного серьезнее.

MaksimSarkisov: Кургинян разумнее парижских хомяков, которые и на митингах-то ни разу не были, только в комментариях воюют:-) Так что не надо:-)

averdim: Интересно, кто эту утку придумал? В том, что это утка, сомневаться не приходится — Шойгу слишком плотно сидит в правительстве, слишком авторитетный человек, так что кому-то очень захотелось поколебать его положение.

stan174: Пожары в Подмоскowie он тушит еще авторитетнее. ученик эльцина, старая школа самая лучшая.

Такие вторичные тексты могут размещаться как на одной интернет-странице с журналистским материалом, так и на самостоятельных (если комментариев много, они могут занимать несколько страниц).

Отметим, что в традиционных СМИ конструирование рефлексивного сверхтекста тоже возможно. Речь идет и о публикации в газете читательских писем, спровоцированных тем или иным журналистским материалом, и о способах обратной связи на радио и телевидении (звонки слушателей и зрителей в прямом эфире, а также цитирование в эфире смс и писем). Но в интернет-медиа этот процесс, как правило, не только существенно упрощен, но и существенно либерализован: часто комментарий автоматически встраивается в сверхтекст в результате действий читателя-автора, т. е. не зависит от действий редакции и не подвергается цензуре.

Подведем итоги. Мы показали, что Интернет позволяет массмедиа конструировать сверхтексты разных типов и это происходит более продуктивно, чем в традиционных СМИ. С одной стороны, это облегчает «работу» читателя, который без особого труда может познакомиться со всеми материалами на ту

же тему или получить необходимую справочную информацию. С другой стороны, читатель, легко получающий всю необходимую информацию из одного источника, оказывается в условиях весьма ограниченной свободы: он выбирает готовые решения — тщательно выстроенные в соответствии с замыслом редакции свертхтексты. Однако наиболее активные читатели получают возможность не только воспринимать информацию, т. е. выступать в качестве потребителя, но и переходить на позицию отправителя речи, публикуя комментарии и тем самым участвуя в формировании рефлексивного свертхтекста.

1. *Анисимова Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М., 2003.
2. *Ворошилова М. Б.* Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2006. Вып. 20. С. 180–190.
3. *Гальперин Р. И.* Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981.
4. *Каблуков Е. В.* Комментарии читателей интернет-СМИ как вторичные тексты // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ. М., 2009. С. 282–284.
5. *Калмыков А. А., Коханова Л. А.* Интернет-журналистика. М., 2005.
6. *Купина Н. А., Битенская Г. В.* Свертхтекст и его разновидности // Человек — Текст — Культура. Екатеринбург, 1994. С. 214–233.
7. *Лукина М. М., Фомичева И. Д.* СМИ в пространстве Интернета. М., 2005.
8. *Майданова Л. М.* Речевая интенция и типология вторичных текстов // Человек — Текст — Культура. С. 81–104.
9. *Матвеева Т. В.* Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М., 2003.
10. *Машкова С. Г.* Интернет-журналистика. Тамбов, 2006.
11. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. М., 2003.
12. *Торсуева И. Г.* Контекст // Языкознание : большой энцикл. словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М., 1998. С. 238–239.
13. *Чепкина Э. В.* Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург, 2000.
14. [Электронный ресурс]. URL: <http://lenta.ru/news/2012/03/03/takeyourmoney/> (дата обращения: 03.03.2012).
15. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1379885> (дата обращения: 03.03.2012).
16. [Электронный ресурс]. URL: http://www.gazeta.ru/news/lenta/2012/03/04/n_2227681.shtml (дата обращения: 04.03.2012).
17. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.novayagazeta.ru/columns/51316.html> (дата обращения: 02.03.2012).
18. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/6108> (дата обращения: 02.03.2012).
19. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/vs/article/73> (дата обращения: 02.03.2012).
20. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vokrugsveta.ru/country/usa> (дата обращения: 02.03.2012).
21. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/docdiscuss/1876837> (дата обращения: 03.03.2012).

Статья поступила в редакцию 06.03.2012 г.