

Сергиенко П. И.

**ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГИПЕРТЕКСТА**

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2007/3-1/92.html](http://www.gramota.net/materials/1/2007/3-1/92.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

**Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2007. № 3 (3): в 3-х ч. Ч. I. С. 218-223. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2007/3-1/](http://www.gramota.net/materials/1/2007/3-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

ские буквы. Кодировки, созданные в России (КОИ-8) и в США (windows-1251) несовместимы. Создатели российских сайтов чаще предпочитают стандарт Microsoft - яркая иллюстрация процесса глобализации и индустриализации культуры. По сей день, судя по дискуссиям в прессе, интернет считается областью противоречия между латинским и кириллическими шрифтами.

И поистине даром по русской графике и орфографии можно было назвать деятельность известнейшего в Рунете веб-портала Яндекс в 90-ые годы. Судя по рекламным проспектам, Яндекс позволяет лингвистам в кратчайшие сроки «поверить алгеброй» частоту употребления слов и словоформ, частей речи и словосочетаний, составить словарь писателя и пр. Увы, этим не искупается тягчайший грех поисковой системы перед культурой русской речи. Известно, что ради повышения релевантности поиска разработчики сайтов вставляют в код web-страницы «ключевые слова», по которым поисковая машина затем осуществляет индексацию страницы, а пользователи находят эту страницу в индексе поисковой машины. Инструкции для создателей web-сайтов рекомендуют использовать как правильные написания «ключевых слов», так и варианты с наиболее распространенными орфографическими ошибками. Например, если сайт создается для рекламного агентства. В перечень ключевых слов нужно включить следующие сочетания: «рекламные кОмпании», «рекламные кАмпании», «рекламные агенТСТва», «рекламные агенСТва». К сожалению, Яндекс осуществляет поиск и по безграмотным запросам, усиливая проблему культуры русской речи в солидных, учитывая высочайшую посещаемость сайта, масштабах.

Несомненно, специалистам по культуре русской речи глобализация даёт богатейший, живой материал для изучения. Их изыскания были бы полезны профессиональным коммуникаторам (журналистам, рекламистам), коммерсантам, торгующим через интернет, которым важно уметь максимально точно формулировать условия продаж, классифицировать и описывать предлагаемый товар. Опыт в этой области накапливается, профессионального образования на материале русского языка почти нет. Кроме того, российским деятелям электронной коммерции были бы полезны учебно-справочная литература по составлению тезаурусов, написанию рекламных писем для email-маркетинга (который из-за любительского исполнения отождествляется с недобросовестным приёмом (спамом)), лингвистические рекомендации по работе со словоформами при индексации страницы, выбору домена, PR-мероприятиям.

Простого изучения особенностей деловой коммуникации посредством интернета, массовых изданий популярной литературы по этому вопросу, даже усиленной пропаганды нормированной речи (в форме социальной рекламы) явно недостаточно, чтобы предотвратить превращение русского языка в интернет-новояз Российской Федерации. Необходимы энергичные правительственные меры по защите национальных культурных традиций и укреплению государственного статуса русского языка, чтобы обеспечить ему достойную роль в информационном обществе.

#### *Список использованной литературы*

1. **Ларьяновский А., Панасенко В.** Как делать интернет-издание с оптимизмом, или Житейские советы провинциального web-редактора/ Мир медиа XXI, № 1, 1999. - с. 51 – 55.

## ИСТОРИЯ ИЗУЧЕНИЯ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГИПЕРТЕКСТА

*Сергиенко П. И.  
МГУ им. М. В. Ломоносова*

В данной статье будет сделана попытка описать предпосылки создания гипертекстовых систем, а также рассмотреть функции гипертекста в электронной среде на современном этапе.

Термин гипертекст за последнее время стал чрезвычайно популярным в различных сферах научного знания. С его помощью описывают широкий круг социологических, информационных и технологических проблем. Отдельный интерес гипертекстовые технологии представляют для лингвистики, которая рассматривает гипертекст через призму традиционного текста и сопоставляет их основные характеристики.

Ю.М. Лотман, анализируя значение и употребление самого понятия «текст» и констатируя, что «в настоящее время это, бесспорно, один из самых употребляемых терминов в науках гуманитарного цикла», говорил о том, что каждый новый этап развития научного знания «выбрасывает на поверхность» подобные слова, которые становятся наиболее популярными и целью которых является скорее не точное терминологическое обоснование научного понятия, а сигнализирование об актуальности той или иной проблемы, указание на области новых научных идей [Лотман, 2002]. Данное высказывание остается актуальным и по сей день. Термин «текст» до сих пор не имеет однозначного толкования, а производный от него термин «гипертекст» уже распространяется повсеместно в столь же многообразных значениях.

Среди прочих значений термин «гипертекст» трактуется и как новый «способ коммуникации» в современном обществе [Купер, 2000], и как «гибрид нескольких традиционных технологий» программирования [Ованесбеков, 1993], и как «особая форма организации письменного текста в компьютерной среде» [Рязанцева, 2006]. Такое разнообразие определений термина можно объяснить его многофункциональностью и многогранностью.

Самое распространенное определение гипертексту через текст можно найти в компьютерных руководствах: «Гипертекст – это текст, связанный ссылками с другими текстами». Словарь культуры XX века [Руднев, 1997] дает следующее определение гипертекста: «Гипертекст – текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов». Т.И. Рязанцева дает следующее определение гипертекста: «под гипертекстом мы понимаем «особый вид письменной коммуникации, особую форму организации письменного текста, опосредованную компьютерной средой и характеризующуюся процессом нелинейного письма и чтения» [Рязанцева 2002].

Интерес вызывает принципиально новая форма организации информационных единиц, которые могут быть представлены текстом, аудио и видео информацией, дружелюбная и гибкая форма нелинейного управления этими единицами в гипертекстовой системе. Некоторые исследователи даже утверждают, что развитие гипертекстовых технологий вызовет революционные последствия, сравнимые с изобретением книгопечатания.

Считается, что гипертекст – новейшая конструкция, вызванная Интернет-технологиями и виртуальными реальностями. Однако, по мнению многих ученых это не так. Из очевидных примеров «книжного», или докомпьютерного существования гипертекста можно назвать энциклопедии, состоящие из расположенных в определенном логическом порядке фрагментов текста, где направление чтения не задано, или форму текста с заданными направлениями чтения. Последнее характерно для особо значимых произведений (таких как Священное Писание), в отношении которых сложилась традиция, определенный канон их толкования и комментирования.

Итак, В.Л. Эпштейн и ряд других ученых предлагают рассматривать Библию как форму гипертекста. Библия состоит из Книг Ветхого Завета и Книг Нового Завета. Книги разбиты на «стихи», пронумерованные в пределах каждой Книги без повторений. Каждый стих является целостной сверхфразовой единицей, раскрывающей некоторую микротему. Многие стихи сопровождаются ссылками на другие стихи этой же или других книг Библии.

Библия – это не только литературное и историческое произведение, но и богослужбная книга. Библия снабжена ссылками, так называемыми параллельными местами, связывающими события Священной истории, Ветхого и Нового Завета, которые через литургию включаются в настоящее и определяют будущее. Библию не читают от страницы к странице, а читают в соответствии с церковным календарем. Каждому дню соответствует свой текст и определенное храмовое действо, которое, конечно, тоже является текстом.

Все это позволяет читать Библию «нелинейно», выбирая ту или иную последовательность чтения по ссылкам в зависимости от предписанного канона, умонастроения или возникающих во время чтения очередного стиха ассоциаций

Другим примером докомпьютерного использования терминов «гипертекст» и «гипертекстуальность» служат традиции французского структурализма и постструктурализма [Дедова, 2003]. Ж. Женетт, французский лингвист и философ, предложивший новые принципы анализа художественного текста, обозначает термином гипертекстуальность отношения между двумя и более текстами, при которых каждый из текстов может «отпочковываться» от исходного. При этом исходный текст предлагается называть гипотекстом, а производных от него текст – гипертекстом.

Для иллюстрации значения, вкладываемого Женеттом в термин гипертекст, можно, к примеру, рассмотреть межтекстовые отношения, возникающие между «Одиссеей» Гомера, «Энеидой» Вергилия и «Улиссом» Дж. Джойса. При этом гомеровская «Одиссея» является общим гипотекстом, а «Энеида» и «Улисс» определяются как производные из него гипертексты, которые по-разному используют текст первоисточника. Джойс переносит действие «Одиссеи» (сюжетные перипетии, характер отношений между персонажами) в Дублин 20 XX века, а Вергилий использует стиль «Одиссеи» для создания иного сюжета.

Однако практически одновременно термин гипертекст был употреблен совершенно в другом контексте. Автором концепции гипертекста большинство авторов считает Теодора Нельсона, достаточно эксцентричного для своего времени математика и философа. Считается, что Т. Нельсон основал свою концепцию на идеях, высказанных еще на двадцать лет раньше другим американским исследователем Ванневаром Бушем, который в своих статьях 1945 года писал: «Работа человеческой мысли построена на принципе ассоциаций. Анализируя какое-либо понятие или элемент, она непременно стремится поставить ему в соответствие какой-нибудь другой знакомый образ, подсказываемый ассоциацией мыслей, и это соответствие устанавливается благодаря трудноуловимой паутине связей, формируемых клетками человеческого мозга» [Bush, 1945]. Именно такой принцип В. Буш считал применимым и к описанию информации о результатах научных исследований. Это, можно сказать, было первой попыткой сконструировать, точнее, описать «гипертекстовую машину» еще до появления самого термина.

Проект электронно-механического устройства, предложенный В. Бушем, был назван «Метех» (от английского MEMory Extension). Машина задумывалась создателем как инструмент для усиления мыслительных способностей (повышения коэффициента интеллекта). По замыслу автора, Метех позволяет человеку определенным способом организовать свои записи, статьи, книги. С помощью механических средств (рычагов, кнопок и т.п.) тексты, записанные на микрофильмы, могут быть связаны между собой так, что переход от одного к другому осуществляется непосредственно, даже если физически они расположены далеко друг от друга. При чтении таким способом возможны пропуски страниц, возврат назад или просмотр десяти страниц подряд. Одновременно на экран могут вызываться несколько микрофильмов. Дополнительно к су-

ществующим материалам могут записываться новые – статьи, заметки, а также комментарии, ссылки и т.д. Тексты (рисунки, таблицы), связанные между собой, оставляют «след» - вариант последовательности прочтения. Система имела несколько экранов и позволяла вводить помеченную связь между любыми двумя точками библиотеки. Несмотря на то, что В. Буш предвосхитил очень многие идеи гипертекста, автор не разглядел будущей силы числового компьютера - в системе Memex не предполагается использование цифрового компьютера; она должна была использовать технологию микрофиш и фотосчитываемого точечного кода. Проект для своего времени оказался невыполнимым, однако В. Буш верно предвидел информационный взрыв и в обоснование своих идей ссылался на потребность в более естественных типах указателей, обеспечивающих информационный поиск.

В. Буш описывал главную особенность системы Memex как возможность вводить в ней взаимную связь элементов. Соответствующий механизм является сложным, но разумным. Когда перед пользователем находятся два документа, которые он хочет включить в навигационную тропу-трейл, причем каждый из них дан в отдельном слайдовом изображении, тогда пользователь выстукивает имя связи, и это имя появляется в кодовом пространстве в нижней части каждого изображения.

Имя связки – это читаемый фотоэлементами точечный код, несущий имя другого документа. С этого момента, как только один из этих документов оказывается в поле зрения, другой может быть немедленно вызван простым выстукиванием кнопкой, находящейся ниже соответствующего кодового пространства. В. Буш признавал, что для большей практичности его Memex нуждается во многих технологических усовершенствованиях.

Позднее, уже в 60-е годы для обозначения концепции хранения и поиска текста, основанную на произвольных взаимосвязях между единицами информации, Теодор Нельсон ввел понятие «гипертекст». Сам Нельсон подчеркивал, что он руководствуется «литературными, а не творческими идеями», иными словами, проецируя закономерности мышления на структуру представления информации вообще, он исходил из содержания информации, а не из технических возможностей своего времени.

Итак, термин «гипертекст» Т. Нельсон использовал для описания документов (например, предоставляемых компьютером) которые выражают нелинейную структуру идей, в противоположность линейной структуре традиционных книг, фильмов и речи.

Часто ссылаются и на то, что сам Т. Нельсон рассматривал гипертекст как сложно организованный текст и что его главный проект «Зенеду» (Xanadu), работа над которым продолжается в Японии, нацелен на объединение в мировом масштабе литературных и иных текстов. Объединение на тех же принципах информации в другой системе (звуковой, графической, видео) может показаться выходящим за рамки концепции. Действительно, более поздний термин «гипермедиа» близок «гипертексту» по смыслу, но он подчеркивает наличие в гипертексте помимо самого текста еще и нетекстовых компонентов, таких как анимация, записанный звук и видео. Однако автор концепции не говорил об исключительно текстовом наполнении гипертекста:

«Под «гипертекстом» я понимаю нелинейную запись. Обычно процесс письма осуществляется последовательно по следующим двум причинам. Во-первых, потому, что он является произвольным от речи ... которая не может не быть последовательной (так как у нас для этого только один канал), и, во-вторых, потому, что книги неудобно читать иначе как последовательно (линейно). Однако мысли образуют структуры, которые не являются линейными – они связаны многими возможными переходами» [Nelson, 1965].

Как уже отмечалось ранее, информационная структура, которую Т. Нельсон предложил называть гипертекстом, не является чем-то новым, ранее неизвестным. Наоборот, любой текст с комментариями или ссылками на другие места этого же текста, на первоисточники, на других авторов, представляет собой форму нелинейного текста, давно всем известную. Здесь читателю предоставлена некая свобода действий: он может перейти либо к чтению комментария, обратиться к соответствующим фрагментам других текстов, либо продолжить чтение основного текста.

Итак, постулируется, что развитие современных технологий лишь усилило интерес к гипертекстовым технологиям. Однако новая эра и технологические достижения наделили гипертекст возможностями, неданными ранее и предопределили функции и роли, которые гипертекст осуществляет на современном этапе. Гипертекст стал одним из видов информации, современной формой и стадией письменной коммуникации, новым инструментом поддержки мыслительных процессов в различных сферах (в деловой среде и сферах политики, экономики и образования).

Гипертекст не просто «организованный хаос», а совершенно новая возможность установить новый тип «лингвистического порядка». Составителю гипертекста теперь нужно выбирать текстовые элементы для связывания их между собой электронными ссылками. Чаще всего, выбор включает в себя и выбор общей (глобальной) системы структурирования узлов и ссылок. Именно она и определит, как следует читать предоставленный текстовый материал.

С лингвистической точки зрения, вопрос о том, что гипертекст представляет собой один из способов реализации языка (как письменность или речь), остается спорным. В двух этих традиционных проявлениях язык реализуется с помощью выбора и соединения различных элементов: звуки/буквы выстраиваются вместе и формируют слова, соединенные между собой слова образуют предложение, а несколько предложений вместе создают текст. Гипертекст представляет собой лингвистический уровень, расположенный «над текстом». Более того, этот уровень не использует традиционные методы «соединения» (сцепления) языковых

единиц для формирования более крупного языкового уровня. Для связывания текстовых элементов здесь применяются уже другие, более совершенные технологии. Таким образом, могут быть выработаны лингвистические принципы, отличные от принципа линейности текста, в том числе и на поверхностном уровне текста. (На семантическом уровне принцип линейности текста никогда не был столь доминирующим)

Итак, гипертекст, в первую очередь, является текстовым уровнем языка, где правила соединения и сцепления элементов во многом совпадают с традиционным печатным текстом.

С технической точки зрения гипертекст – это идея представления, организации и оценки информации, основанная на технологии, которая позволяет взаимосоединять текстовые элементы с помощью электронных ссылок. В качестве этих элементов могут выступать независимые документы (узлы) или разные части одного и того же документа. Данное понятие может также подразумевать определенную группу текстовых элементов, соединенных между собой описанным способом [Engebretsen, 2000].

С точки зрения компьютерной науки, сущность гипертекста состоит именно в том, что он – гибрид, который нельзя поместить в традиционные границы. Гипертекст – это метод базы данных, вводящий новую форму прямого доступа к данным. Он совершенно не похож на традиционный метод запросов. В то же время гипертекст есть схема представления данных – вариант семантической сети, где смешивается неформализованный текстовый материал с более формализованными, механизированными операциями и процессами обработки. Гипертекст характеризуется интерфейсной модальностью, выражающейся в наличии кнопок, пиктограмм, икон связей, которые могут внедряться пользователем в имеющийся материал произвольным образом.

Гипертекстовые структуры демонстрируют возможности подачи материала способом, отличным от детального и продолжительного повествования. Разные гиперструктуры распределяют как ответственность, так и право выбора информации между автором и читателем. Таким образом представляется возможность манипулировать информацией, выбирать интересующий материал, читать комментарии и более подробные замечания, что является ключевым пунктом для работы с информацией в сфере образования, науки, связей с общественностью и т.д.

Здесь можно говорить о двух моделях предоставления и прочтения гипертекста: модель автора и модель читателя.

Гипертекст позволяет пишущему (автору) и даже подталкивает его делать ссылки (устанавливать связи) – то есть создавать свою модель подачи информации, а читателям гипертекста дает возможность выбирать, каким ссылочным связям следовать и в каком порядке – формировать читательскую модель. Тем самым гипертекст уменьшает ограничения, налагаемые на думающего и пишущего. Он не принуждает к однозначному решению относительно того, принадлежит ли некое высказывание ходу мыслей написанного или оно находится в ответвлении от основного русла.

Гипертекстовая организация материала имеет ряд преимуществ по сравнению с линейной подачей материала. Кратко их можно сформулировать следующим образом:

- интерактивность (каждый читатель создает свою собственную модель прочтения материала, сам выбирает очередность разделов и пути навигации по информации);
- дистанционность и доступность (автор текста и читатель могут находиться на большом расстоянии друг от друга и пользоваться информацией в разное время суток);
- виртуальность (текст существует только в электронном коде, что способствует быстрому доступу и дублированию информации);
- репликация (возможность создания большого количества копий и тиражирования);
- мультимедийность (возможность использования как текстовой информации, так и статических и анимированных изображений, звука и видео).

Все выше описанные свойства гипертекста являются неоспоримым преимуществом при использовании гипертекстовых технологий и электронных способов хранения, распространения и обращения с информацией в электронном виде.

Именно в связи с широким применением электронных технологий многие ученые в последнее время говорят о появлении новой культуры коммуникации, журналистики, преподавания, отношения и манипулирования информацией. Во многом это объясняется тем, что гипертекст обладает рядом функций, которые охватывают все интересы человеческого сообщества и может существовать во всем разнообразии жанров, обслуживая при этом различные коммуникативные ситуации, а также такие области применения как образование, наука, СМИ, политика, делопроизводство, частная и деловая корреспонденция и т.д.

Говоря о функциях гипертекста, следует прежде всего выделить основные определяющие факторы: 1) информационные – характер и степень полноты и степень конденсации информации; 2) прагматические – коммуникативная ситуация, presupпозиция, отношения автора и читателя, 3) стилистические – преобладание одной из функций языка, а также намерение речевого произведения, 4) практические – области, в которых человек может применять гипертекст в своей деятельности.

Основываясь на вышеописанных определяющих факторах, Т.И. Рязанцева выводит систематическое описание пяти функций гипертекста: репрезентативной, когнитивной (или эвристической), дидактической, суггестивной и фатической функций. Прокомментируем каждую из функций в свете практического употребления гипертекста.

Репрезентативная функция гипертекста – это возможность хранения, упорядочения (систематизация и классификация) и обобщения информации, создание когнитивных карт, энциклопедий и т.д. Гипертекст

позволяет охватить большой объем хорошо изученной, обобщенной и упорядоченной информации и изложить ее так, чтобы она была понятна любому неподготовленному читателю. Гипертекст позволяет представить информацию в наиболее полном виде и, что особенно важно, в функциональном отношении, в сжатой, компактной форме.

Данная функция гипертекста реализуется при создании различного рода баз данных и нормативной документации, словарей, справочников, инструкций, обзоров, рефератов, адаптаций и т.д.

Когнитивная, или эвристическая, функция гипертекста – это возможность приумножения, накопления информации и исследования малоизученных областей. В случае реализации этой функции обычно имеется мало достоверных сведений о предмете изучения, и эти сведения носят частный или узкий характер. Прагматика такого текста подразумевает, что автор хочет представить информацию в виде частного исследования, а читательская пресуппозиция заключается в том, что он обладает значительными специальными знаниями, которые хочет пополнить за счет нового описанного исследования.

Области реализации когнитивной функции гипертекста – научные исследования, которые могут быть представлены такими видами текстов как доклад, статья, диссертация и т.д. Структура гипертекста позволяет дополнить существующие гипотексты и неограниченно «наращивать» новые, приумножая имеющуюся информацию.

Дидактическая функция гипертекста – это возможность изучения, овладения информацией, а также средство обучения, которое позволяет охватить большой объем как общей, так и частной информации. Читателями дидактических гипертекстовых материалов обычно являются люди, почти не знакомые с предметом, с их темой.

Эта функция гипертекста преимущественно реализуется в сферах образования и практической подготовки. Структура гипертекста дает возможность охватить предмет изучения всесторонне, учесть различные аспекты и подходы к его изучению. Кроме того, представление материала может быть дополнено визуальной, звуковой и даже видео информацией, что придает учебному материалу наглядность и обеспечивает наиболее эффективное усвоение. Примерами реализации дидактической функции могут служить учебники, инструкции, пособия, своды правил и т.д.

Суггестивная функция гипертекста – это возможность манипуляции информацией, возможность убеждения и влияния на читателя, возможность спора, представления аргументов или альтернатив и стимулирование выбора адресата. В случае реализации этой функции мы обычно имеем дело с небольшим объемом неподтвержденной или спорной информации. потенциальный адресат сообщений подобного рода либо не знает предмета вообще, либо знает много, но сомневается в этом знании, не знает деталей или тонкостей описываемой ситуации.

Суггестивная функция гипертекста находит реализацию в средствах массовой информации, в практике связей с общественностью, рекламном деле, судопроизводстве и т.д. Образцом текстов такого рода могут служить публикации политического, рекламного, полемического и аналитического характера.

Наконец, пятая, фатическая функция гипертекста – это возможность общения в электронной среде и перенесения деловой корреспонденции в электронную среду. Такого рода коммуникации реализуют контакто-устанавливающую функцию языка, соответственно, примерами реализации данной функции будут различные формы электронной коммуникации в режиме реального времени (чаты, дискуссионные клубы-форумы, и т.д.), а также отсроченная коммуникация (электронная почта, корреспонденция частного и делового характера).

Многообразие сфер, в которых находит свое применение гипертекст, порождает различного рода жанры электронного текста, которые могут отличаться от традиционных характеристик стилей и жанров, присущих «бумажным» текстам. В дальнейшем представляется интересным изучать особенности реализации гипертекста в различных сферах использования и в каждом из жанров, обслуживающих ту или иную сферу человеческой деятельности.

В целом, можно заключить, что электронные и технические достижения XX - начала XXI веков создали условия для повышения качества представляемого информационного продукта и возможности его многократного и многоцелевого использования. Для изучения нового феномена гипертекста требуется объединенное усилие ученых различных сфер знания, потому что только в совокупности рассуждений и достижений различных исследователей можно достичь полноты характеристик и описания гипертекста.

#### *Список использованной литературы*

1. **Bertin, Jacques.** Graphics and graphic information-processing, 1981.
2. **Bush V.** As We May Think// Atlantic Monthly – 1945 #7 pp. 101-108.
3. **Landow, G. P.** "What's a Critic to Do? Critical Theory in the Age of Hypertext". 1994.
4. **Martin Engebretsen.** Hypernews and Coherence// <http://jodi.tamu.edu/Articles/v01/i07/Engebretsen/index.php>.
5. **Nelson T.** NA file structure for the complex, the changing, and the indeterminate// ACM 20<sup>th</sup> National Conference – Proceedings. Cleverland, Ohio, 1965 p. 84-100.
6. **Баранов А.Н.** Введение в прикладную лингвистику: Учебное пособие. Изд. 2-е, 2001.
7. **Валгина Н.С.** Теория текста М. Логос, 2004.
8. **Дедова О.В.** О гипертекстах: «книжных» и электронных// Вестник Московского университета. Сер. 9 Филология, 2003 № 3.

9. Купер И.Р. Гипертекст как способ коммуникации // Социологический журнал. 2000. №1/2 С. 36-57.
10. Лотман Ю.М. Текст в тексте//Об искусстве. – С.-Петербург: «Искусство-СПБ», 2000. – 704 с Статьи по семиотике искусства. М., 2002, С. 423-436.
11. Ованесбеков Л.Г. Технология построения гипертекстов: Дисс. ... канд. физ-мат. наук, М., 1993.
12. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. – М.: Аграф, 1997.
13. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация, Дискуссионный клуб FLT: современные тенденции и опыт профессионалов. Вып. 4 ELT – век XXI: что взяли мы себе в наследство?/Сб. научных статей. Москва, ГУ «Высшая школа экономики», 2002, с. 126-137.
14. Рязанцева Т.И. Электронный текст как единица речевой коммуникации в компьютерной среде// Сборник научных и научно-методических трудов Вып. 3, под ред. Энгель Е.И. МГУ им. М.В. Ломоносова. ФИЯР Каф-ра теории преподавания иностранных языков. М., 2006.
15. Эпштейн В.Л. Гипертекст – новая парадигма информатики //Автоматика и Телемеханика – 1991. – № 11.
16. <http://www.isg.sfu.ca/~duchier/misc/vbush/>

## КОМПОЗИЦИОННО-РЕЧЕВЫЕ ФОРМЫ В НЕМЕЦКИХ ТЕКСТАХ С ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОЙ ТЕМАТИКОЙ

*Середа Л. И.*

*Забайкальский институт железнодорожного транспорта*

Тексты, содержащие информацию о железных дорогах и железнодорожном транспорте, относятся к научно-техническим текстам. В таком случае можно говорить о том, что для этих текстов характерен научно-технический стиль. Научно-технический стиль управляет выбором и комбинированием языковых средств по оформлению содержания высказывания и общения в сфере науки и техники. Структуру и языковое оформление научно-технического текста определяют факты, различные теории и методология, а также исходные, фундаментальные логико-содержательные категории. Содержанием научного текста является описание фактов, предметов, явлений действительности, истории их изучения и объяснения, формулирование законов и закономерностей. Накапливая факты, экспериментируя и обобщая, наука фиксирует свои результаты в понятиях и системе понятий. Специфика научного мышления определяет основное качество научно-технического стиля – его обобщенно-отвлеченный характер. С этим качеством связано и такое качество, как логический характер научного познания и его объективность [Брандес 1983: 177-178].

Тексты с железнодорожной тематикой существуют в письменной форме и могут быть собственно-научными, научно-информативными, научно-справочными и учебно-научными. К собственно-научным текстам относятся монографии, научные доклады и статьи. Научно-информативные тексты в виде аннотаций, рефератов и обзоров представлены в информационной литературе, в журналах. Научно-справочные тексты представляют очень обобщенную информацию в справочниках. Учебно-научные тексты мы встречаем в учебниках и учебных пособиях. Учебники составляют по литературным источникам и монографиям с более масштабным, крупноплановым обобщением. Они отличаются большой доступностью изложения с учетом их дидактического назначения. Мы имели дело с учебными текстами, представленными на сайте [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de), а также были использованы тексты из пособия по немецкому языку для институтов и факультетов железнодорожного транспорта [Гинзбург] и далее будем говорить именно о них.

Под термином «композиционно-речевые формы» Е.А. Гончарова понимает схемы повторяющихся структурных признаков, оформляющих высказывание, направленное на реализацию определенной коммуникативной интенции [Гончарова 2005: 135-136]. Композиционно-речевые формы представляют собой типизированные образцы процесса коммуникации: типизированные приемы структурирования текстов и, как результат, тексты определенной структуры. Они функционируют в зависимости от коммуникативного задания как комплексные факультативные варианты. В конкретных текстах реализуются один или несколько вариантов этих типизированных образцов. Композиционно-речевые формы выступают как относительно стабильные комбинации элементов-носителей разных языковых уровней в структуре текста. Композиционно-речевые формы не связаны с определенными функциональными стилями. Каждая из них может быть реализована в текстах любого функционального стиля. В логической организации материала в текстах с железнодорожной тематикой главную роль играют такие композиционно-речевые формы, как исходные, вторичные и смешанные. Основу логического развития мысли в исследуемых текстах составляют исходные речевые формы – сообщение и описание, их смешанные формы, а также вторичные формы.

Обычно в технических учебных текстах, содержащих уже переработанную первичную информацию, так называемую вторичную информацию, преобладают и вторичные композиционно-речевые формы. В проанализированных нами текстах мы обнаружили такие композиционно-речевые формы, как констатирующее сообщение и констатирующее описание.

Заметим, что констатирующее сообщение имеет широкое распространение в технических текстах. Для констатирующего сообщения характерно сообщение в виде предложений, содержащих констатации, утверждения, факты, т.е. предложений, носящих результативный характер. В констатирующем сообщении значение временной последовательности как доминанты этой композиционно-речевой формы ослабляется, оно может приближаться к «вневременному» описанию событий. Связь между предложениями преимущественно цепная. Следует сказать, что констатирующий характер предложений, отсутствие в них динамики, ярко-выраженная законченность мысли, отсутствие потребности развить ее в дальнейшем изложении, ослабляет