

## **ФІЛОСОФСЬКІ ПРОБЛЕМИ МОВИ**

УДК 141.7 : 316.77

Висоцька О. Є., Дніпропетровський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

### **ГИПЕРТЕКСТ ЯК ОСНОВА ПОБУДОВИ МОВНОГО СЕРЕДОВИЩА У КУЛЬТУРІ ПОСТМОДЕРНУ**

*Розглянуто основні складові гіпертексту як основи побудови мовного середовища в культурі постмодерну. Розкрито характер еволюції форм комунікації від тексту до гіпертексту. Доводиться, що гіпертекст є нелінійною мережною мовною структурою сучасних віртуальних засобів комунікації і визначає характер відносин у культурі постмодерну.*

**Ключові слова:** *гіпертекст, текст, мова, постмодерн, комунікація, культура, контекст.*

Высоцкая О. Е., Днепропетровский областной институт последипломного педагогического образования

### **ГИПЕРТЕКСТ КАК ОСНОВА ПОСТРОЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЫ В КУЛЬТУРЕ ПОСТМОДЕРНА**

*Рассмотрены основные составляющие построения языковой среды в культуре постмодерна. Раскрыт характер эволюции форм коммуникации от текста к гипертексту. Доказывается, что гипертекст является нелинейной сетевой языковой структурой современных виртуальных средств коммуникации и определяет характер отношений в культуре постмодерна.*

**Ключевые слова:** *гипертекст, текст, язык, постмодерн, коммуникация, культура, контекст.*

Vysotska O. E., Dnipropetrovs'k Regional Institute of Postgraduate Pedagogical Education

### **HYPertext AS A BASIS FOR CONSTRUCTING LANGUAGE ENVIRONMENT IN THE POSTMODERN CULTURE**

*The main components of the construction of the language environment in the Postmodern culture are examined. The forms of communication evolution from text to hypertext are disclosed. It is proved that hypertext is a non-linear structure of the language of modern virtual communication and determines the nature of the relationship in postmodern culture.*

**Key words:** *hypertext, text, language, Postmodern, communication, culture, context.*

**Постановка проблеми.** Ситуація пост-модерну, проголошена у 70-ті роки ХХ ст. Ж.-Ф. Ліотаром, тривалий час уявлялася лише метафорою, обговорення якої можливо виключно в рамках філософських дискусій. Але зараз, на початку ХХІ ст., коли здобутки філософії, літератури, мистецтва постмодернізму глибоко увійшли не тільки у високу, але й масову культуру, суттєво трансформували їх зміст та форму, стає важливим для окреслення характеру того мовного середовища, яке сьогодні визначає комунікативні відносини в суспільстві, особливо з появою віртуальних засобів комунікації.

Ключовими в постмодерністській методології аналізу мовного середовища є поняття тексту і гіпертексту, які постають як результат еволюції мовлення і мови. Хоча питанням мовної комунікації присвячено праці багатьох авторів – від М. Маклюена, Н. Лумана, Ю. Габермаса до С. Жижека та У. Еко, але практично не досліджуваними залишаються механізми включення мовних практик у сучасну культуру як культуру постмодерну.

**Мета статті** – визначити основні складові гіпертексту як основи побудови мовного середовища в культурі постмодерну.

**Виклад основного матеріалу.** Для сучасних мовних практик характерним є зсув від лінійного визначення мовної діяльності в дихотомії мова – мовлення до нелінійного прочитання культури як тексту. Розуміння культури як тексту походить від осмислення її як поліфонії різноманітних «кодів», «дискурсів», «цитат». Уже в методології К. Леві-Строса текст представлено як сукупність культурних кодів. Ж. Деррида радикалізує цей погляд, стверджуючи, що «позатекстової реальності взагалі не існує» [6, с. 313]. У свою чергу Р. Барт заявляє, що «будь-який текст є між-текстом стосовно якогось іншого тексту» (*переклад тут і далі мій* – О. В.) [2, с. 417].

Головною особливістю тексту є те, що його структура постійно «виробляється». Тобто будь-який текст є продуктом «трансформації якогось іншого тексту». Тим самим замість поняття інтерсуб'єктивності постає поняття інтертекстуальності [7, с. 5–6]. Пошук таких інтертекстових «слідів» становить основу постмо-

дерністського літературного і філософського дискурсу, який поступово визначає і загальну побудову сучасних форм комунікації.

Текст як відкрита для інтерпретації структура, де «означуване нескінченно відкладається на майбутнє», протиставляється твору як кінцевому смислово завершеному утворенню, що «зводиться до певного означуваного» [1, с. 415]. Р. Барт одним з перших описав характеристики текстової структури комунікації. Серед головних властивостей тексту він називає смислову незавершеність, множинність, інтертекстуальність, символічність, що провокують до породження нових асоціацій, переінтерпретацій, ситуацій творчості та гри. Одночасно в тексті Р. Барт вбачає структуру, що не має ані спрямованості, ані центрального начала, звідси – тенденції до розсіювання смислів у ньому. У цій особливості тексту Р. Барт відкриває революційні можливості, оскільки замість лінійної, плоскої картини світу будеться «просторова багатолінійність означуваного» [1, с. 416], з якого і складається текст.

Пізніше Ж. Бодріяр побачить у такому розсіюванні ефект нестачі смислів та «дифузії цінностей», зумовлений структурою гіперреальності, породженої віртуалізованим текстом симулякрів. Якщо, згідно з Р. Бартом, усередині твору існує зумовленість певних послідовностей, а також приналежність кожної з них автору, органічність побудови образів, то текст характеризується ним як «мережа» [1, с. 418], яка протистоїть цілісності, оскільки піддається дробленню та переінтерпретації. Текст, на відміну від твору, є самодостатнім і не потребує авторства, автор існує лише як позначення, ім'я, яке не має нічого спільного з реальним суб'єктом. Ця особливість стала головною відзнакою сучасних віртуальних засобів комунікації, у яких текст, набуваючи інтерактивних характеристик, перетворюється в гіпертекстову реальність. Зокрема, для Інтернету «смерть автора» є тією характеристикою, задля якої, власне, і відбувається комунікація. Анонімність текстів, можливість постійного розгортання «мовних ігор» в інтертекстовому (точніше, гіпертекстовому) режимі стає головним атрибутом комунікації в мережному просторі.

Текст (а потім і гіпертекст) передбачає скорочення дистанції між письмом та читанням, їх об'єднання в єдиній знаковій діяльності. Звідси впливає залученість у комунікацію, коли не тільки «ми граємо в текст», але і «текст грає нами» [1, с. 419]. Такий ефект має декілька важливих наслідків: по-перше, відбувається стирання меж самототожності «Я», що приводить до втрати суб'єктом ідентичності як сталого елемента і переходу до розуміння ідентичностей як постійно змінюваних елементів самоідентифікації особистості; по-друге, спостерігається розмивання меж між «реальним» та «віртуальним», оскільки «віртуальність» стає реальністю іншого порядку, тобто більш значущою і «реальною», ніж безпосередня чуттєва реальність; по-третє, поглинання суб'єктів у тотальній комунікації виносить на перший план проблему інтерсуб'єктивності, оскільки для комунікації першорядним стає не те, хто говорить, а те, за допомогою яких засобів відбувається комунікація. Тобто визначальною метою сучасних форм комунікації стає не досягнення порозуміння, а створення самих ігрових ситуацій, коли процес комунікації є самодостатнім, а єдино важливим стає його нескінченне продовження, зосередженість на «поверхні» досвіду.

Отже, якщо комунікація як така повинна бути спрямована на породження смислів, то в сучасних гіпертекстових формах комунікації спостерігається симуляція смислів у сенсі їх віртуалізації і плинності, породженні і розсіюванні образів, подібних до малюнку на піску. Одночасно текстова форма комунікації потребує діяльного співтовариства, активного втручання в його «гру», особливо коли текст набуває форми гіпертексту. Гіпертекстуальна комунікація конститується як система, недетермінована цілепокладанням означення. Її особливостями є поліморфність, нелінійність та кон-текстуальність.

Комунікація як текст відкидає історичну лінійність, а сам час може бути припинений, обернений назад чи, узагалі, скасований. Така зворотність часу в гіперреальності створює відчуття «кінця історії» як спрямованого, раціонально осягненого часового відрізка. Якщо розглядати історію як культурну пам'ять, то виявляється, що гіпертекстуальна комунікація не

орієнтована на її збереження. Навпаки, вона може бути розцінена як спрямованість на її забуття. Ефект забуття як залученість у «нескінченне сьогодні», з одного боку, вивільняє людину від влади історії як тотальності, з іншого боку, позбавляє її відповідальності перед майбутнім та робить нечуттєвою до досвіду минулого.

Слово, що перетворюється на знак, у тексті набуває нових властивостей. Тепер текстом може бути не тільки письмово зафіксована інформація. Текстом стає будь-який об'єкт інтерпретації, включений у комунікацію. Оскільки текст – це нелінійна структура, тому важливими виявляються не тільки послідовності знаків, а й їх мережне розташування (кодова конфігурація знаків).

Текст як мовна практика у феномені преси призводить до змішування «високої» та «низької» культур, чому сприяє поява масової аудиторії споживання текстів. Особливістю тексту, на відміну від письма, є його здатність нести повідомлення без коду (або денотативне повідомлення [2, с. 309]). Фотографія як приклад такого тексту виконує роль означення, що «натуралізує», за термінологією Р. Барта, іконічне повідомлення залежно від того контексту, який у нього вкладається. Це в подальшому слугувало причиною активного використання фотографічного зображення рекламою. Однак надання тим чи іншим «знакам культури видимість чогось природного, немов би позбавляє повідомлення смислової спрямованості» [2, с. 311]. Таким чином, вже в текстовій реальності наявні виходи до створення симулятивних механізмів протікання комунікації. Отже, тотальність віртуальної реальності масмедійних засобів комунікації характеризує процедуру заміщення або симуляції реальності природної. Як зазначив з цього приводу Р. Барт, «розвиток техніки, що призводить до все більш широкого розповсюдження інформації (зокрема, образотворчої), створює все новіші і новіші засоби, які дозволяють смислам, створеним людиною, набувати личини смислів, заданих самою природою» [2, с. 311].

Гіпертекст розширює можливості тексту, оскільки інтерпретації підлягають не тільки знаки, а те, що може бути за ними приховане.

Текстова структура вкладається в гіпертекст як його складова, однак при цьому втрачає власну самодостатність, стаючи лише матеріалом для розкриття гіпертекстових можливостей. Гіпертекст – це не просто нелінійна структура, це мережа знакових структур, що постійно змінює свої координати і конфігурації. Побудований за принципом гри спосіб комунікації апелює до чуттєвих аспектів світосприйняття.

Гіпертекст можна назвати «комунікацією рухливих образів» [8, с. 136]. У гіпертексті переборюється властивий письму розкол мовлення і мови (це яскраво проявилось в мовних засобах кіно та телебачення). Подібне сходження акустичного та оптичного форм сприйняття в гіпертекстовій системі комунікації дало змогу М. Маклюену говорити про створення нової аудіовізуальної культури чи культури «тактильної» комунікації [8, с. 388], яку пізніше М. Кастельс назвав «культурою реальної віртуальності», а Ж. Бодріяр означив як панування «медіатичної реальності (чи гіперреальності)» [5, с. 138]. Гіперреальність не тільки заміщає речовинну реальність, стаючи «реальністю другого порядку», але і впливає на характер світосприйняття як такого. У результаті «місце феноменології буття займає феноменологія комунікації», оскільки «світ бачать таким, яким його подає образна комунікація» [8, с. 140]. Тотальність гіпертекстуальної комунікації передбачає знецінення та поглинання природних форм світосприйняття. Легітимація будь-якої події, що відбувається в реальному часі, стає можливою тільки в процесі її переведення у сферу віртуальної публічності телебачення, радіо чи Інтернет-повідомлення.

Особливістю гіпертексту є його інтертекстуальність. При цьому в комунікацію можуть бути вписані різні дискурси, використані за принципом колажу. Звідси – включення в постмодерністські літературні твори рекламних слоганів, написів на стелях, політичних лозунгів, наявність кількох «віконців» читання, картинок, звернень в Інтернеті, принципова вторинність творів живопису та кінострічок тощо. Завдяки інтертекстуальності стираються межі не тільки між адресатом та адресантом знакового акту (що характеризує перш за все ситуацію тексту), але і між повідомленням та його

змістом (ситуація гіпертексту). Останнє означає, що в гіпертексті не окреслено меж, що лежить між об'єктом та висловлюванням про нього. Тому будь-яка спроба виокремити об'єкт (як позазнаковий феномен) зі знакової реальності гіпертексту закінчується його симуляцією.

Зворотним боком безупинного множення смислів у гіпертексті є ситуація «*deja-vu*», коли в читача виникає відчуття відомості чи знайомості досі незнайомого тексту. У зв'язку з цим актуалізується проблема творчості, оскільки момент новизни в гіпертексті може бути витісненим його симуляцією. Парадоксальність гіпертекстової реальності в тому, що, будучи закладеною як плюральна система постійного породження нових смислів, вона завдяки своїй тотальності по відношенню до смислу нівелює творчий імпульс смислотворення, зводячи його до своєї функції. Тому гіпертекст як форма розгортання комунікації в культурі постмодерну ставить під сумнів саму можливість художньої творчості, оскільки вона залишатиметься лише рухливим мозаїчним набором знайомих цитат, реплік, парафраз.

Контекстуальність гіпертексту обумовлюється індивідуалізованим прочитанням його змісту. Так, читач може не знати «цитати», що створюють (гіпер) текстовий колаж. У цьому випадку колажність як форма вираження смислів у гіпертексті буде непоміченою [9, с. 56]. Відсутність тієї чи іншої низки «цитат», знайомих читачу, змінює всю мозаїку гіпертексту. У результаті визначальна «лінія сюжету» в гіпертексті може бути взагалі відсутньою. Гіпертекст передбачає наявність ідеального читача (споглядача чи актора комунікації), готового до осмислення рухливих інтертекстових проєкцій значень у віртуальній «енциклопедії» гіпертексту, де ті чи інші «теми» виходять далеко за межі наявного тексту (Дж. Джойс, Х.-Л. Боргес, У. Еко). Однак у просторі мовної комунікації культури постмодерну такий ідеальний читач – лише виняток із правила «мовчазної більшості» (Ж. Бодріяр), яка використовує колажність гіпертексту лише як виправдання своєї некомпетентності стосовно творчого означення дійсності [4]. Бартівський ідеал читача як виробника тексту, а не його споживача [1], не виправдався, оскільки гіпертекст, утягуючи особу в «немов-

би-діалог», насправді симулює його. Прикладом такої симулятивної моделі вироблення смислів є реклама, яка, створюючи ситуацію «немов-би-діалогу», ретранслює заздалегідь заданий контекст, видаючи його за намір споживача.

Контекстуальність гіпертексту позначає ситуацію, коли не існує істинного (тобто сталого, дійсного) смислу якогось повідомлення, оскільки не має ані критеріїв істинності, ані сталих смислових структур. Це відкриває шлях до безкінечних інтерпретацій, але, одночасно, призводить до появи мертвонароджених смислів, які неможливо ані зупинити, ані зберегти. Ідея «смерті автора», реалізована в гіпертекстовому режимі, має не тільки креативні, але і руйнівні наслідки. Комунікація, у якій не існує чогось, що стоїть над її внутрішньою логікою, не має ніякого сенсу, оскільки ні до чого не призводить. Якщо вихідною метою появи гіпертексту було створення ситуації більшої свободи інтерпретації, знаходження нових смислів, тобто в його основі був ідеал творчих пошуків нового, то акцентуація на самому моменті інтерпретації в гіпертексті спричинила руйнування цієї мети. Будь-який творчий пошук передбачає моменти зупинки, творчість без результату у вигляді того чи іншого твору втрачає сенс. Гіпертекст стає сукупністю «порожніх знаків», оскільки ані автор, ані читач, ані сам текст не контролюють інтерпретативний потік значень.

Концепція творчої інтерпретації з'явилася як бажання позбавитися від авторитаризму метадискурсивного знання, що нав'язує певні усталені смисли. Найбільший пафос прагнення творчої інтерпретації властивий таким модерністським художнім та літературним течіям, як футуризм, дадаїзм, сюрреалізм. Так, твори П. Пікассо – це еволюція розгорнення матеріальних форм у напрямі їх постійної деконструкції, а знаменитий «Квадрат» К. Малевича – квінтесенція абсолютного способу творчої інтерпретації образів. Сюрреалізм (особливо в кінотворчості) розкриває твір як можливість для домислювання сюжету, різних інтерпретацій його сюжету в процесі розкриття нескінченних асоціацій несвідомого.

«Необмежений семіозис» як продовження концепції творчої інтерпретації було розвинено постструктуралістами (Ж. Деррида, Ж. Дельоз, У. Еко) та семіотикою (Р. Барт). Однак навіть у цих напрямках визначено, що сам текст встановлює обмеження для інтерпретації. У. Еко, який у «Відкритому творі» фактично задав перспективу самому читачу брати участь в інтерпретації оповідання, одночасно підкреслював, що «твір є відкритим, поки він залишається твором: за цією межею ми стикаємося з відкритістю як шумом» [10, с. 199].

Отже, відмова від «трансцендентального означуваного» (як атрибуту метанаративного знання), з одного боку, немов би позбавляє текст смислової визначеності, але, з іншого боку, така практика відходу від метанаративу насправді відкриває можливості для заміщення «трансцендентального означуваного» симулятивним, що набуває характеру тотального способу означувати всю реальність як прояв віртуальності. Креативна творчість зі створення нових смислів, на яку спрямовано подібні прийоми (принцип «смерті автора») призводять до того, що поштовху до такої творчості вже не існує. Самі ці прийоми з'явилися як опозиція до настанови класичної науки на заздалегідь задані значення. Коли ж значення не задаються з самого початку, то виникає скоріше зворотна тенденція – шукати в тексті прихований трансцендентальний смисл. Створюється ситуація поступового замикання культури постмодерну на симулятивних смислах, що видаються за трансцендентальні. Це обумовлює нівеляцію значення принципів постмодерністської боротьби з метанаративним знанням, розосередження, розсіювання, «дифузію» цінностей, загальне осмислення ситуації аморфності і безглуздості будь-якого протистояння як ситуації «після оргії» (Ж. Бодріяр), коли рухатися в жодному напрямі немає сенсу.

Подібний парадокс гіпертексту обумовлений внутрішньою логікою його побудови як плинної, постійно змінюваної структури, фіксація складових якої є практично неможливою. Структурний зміст гіпертексту описується постмодерністською методологією в термінах «плато» (Ж. Дельоз, Ф. Гваттарі), «складки», «*differAnce*» (Ж. Деррида). Гіпертекст існує в

режимах швидкості і нескінченного руху, незупинних змін. Розглядання зупиненого елемента гіпертексту подібне до фіксації смислу кінофільму в стоп-кадрі – він не має сенсу. Фотографія – це ще текст, який описує сталі аспекти «реальності». Кіно як гіпертекст вже не можна розглядати як зміну картинок, воно наповнюється сенсом лише в рухливому режимі. Звідси – акцентуація на «розрізненні», «лінії вислизання» гіпертексту.

**Висновки.** Гіпертекст є системою значень, які задають контексти, обумовлені ідеологічним наповненням, що, з одного боку, залишаються немов би прихованими, а, з іншого боку, саме завдяки цій «прихованості», набувають високого ступеня впливу на масову свідомість. Гіпертекст може також виконувати ентропійну антисистемну роль, коли, «розносячи» усталені смисли, руйнує «ідеологічні» конотації «реальності» (що характеризує авангардні модерністські напрямки мистецтва та літератури, а також використовується в постмодернізмі). Гіпертекст як нелінійна мережна мовна структура визначає характер і спрямованість комунікації в постмодерній культурі, трансформуючи загальні світоглядні уявлення в бік визначення пріоритету симулятивних, віртуалізованих форм взаємодії. Процес незупинного множення смислів у гіпертексті розкриває подвійність принципу вільної інтерпретації, що, з одного боку, закладає основи плюралістичного світобачення, а, з іншого боку, нівелює свій визвольний потенціал у різноманітних практиках симуляції смислу та комунікації.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барт, Р. От произведения к тексту / Р. Барт // Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. – М. : Прогресс, 1989. – С. 413–422.
2. Барт, Р. Риторика образа / Р. Барт // Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. – М. : Прогресс, 1989. – С. 297–318.
3. Барт, Р. Удовольствие от текста / Р. Барт // Барт, Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. – М. : Прогресс, 1989. – С. 462–518.
4. Бодрийяр, Ж. В тени молчаливого большинства, или конец социального / Ж. Бодрийяр. – Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2000. – 96 с.
5. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. – М. : Добросвет, 2000. – 387 с.
6. Деррида, Ж. Позитивизм / Ж. Деррида. – Киев : Д. Л., 1996. – 112 с.
7. Кристева, Ю. Бахтин, слово, диалог и роман / Ю. Кристева // Диалог. Карнавал. Хронотоп. – 1993. – № 3. – С. 3–12.
8. Луман, Н. Медиа коммуникации / Н. Луман. – М. : Логос, 2005. – 280 с.
9. Эко, У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна / У. Эко // Философия эпохи постмодернизма : сб. обзоров и рефератов. – Минск : «Красико»-принт, 1996. – С. 48–73.
10. Эко, У. Открытое произведение: Форма и неопределенность в современной поэтике / У. Эко. – СПб. : Академический проект, 2004. – 384 с.

*Надійшла до редколегії 01.03.2012.*

*Прийнята до друку 05.03.2012.*