

CONTEMPORARY PHILOLOGY

DOI: 10.24411/2470-1262-2020-10102

УДК (UDC) 811.161.1'373

**Jan Gallo,
Constantine the Philosopher University,
Nitra, Slovak republic**

**Ян Галло,
Университет Константина Философа,
Нитра, Республика Словакия**

**For citation: Gallo Jan, (2021).
Functional and semantic features of hypertext.
Cross-Cultural Studies: Education and Science.
Vol.6, Issue 1 (2021), pp. 41-52 (in USA)**

**Manuscript received: 20/02/2021
Accepted for publication: 25/03/2021
The author has read and approved the final manuscript.
CC BY 4.0**

**ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ГИПЕРТЕКСТА**

FUNCTIONAL AND SEMANTIC FEATURES OF HYPERTEXT

Abstract:

The article is devoted to the consideration of the problem of functional-semantic features of hypertext. The introductory part of the article talks about the new concept of seteratura, as well as about the actual object of linguistic analysis – hypertext. In the main part, the authors, comparing various approaches, define the concept of hypertext, give its characteristics, properties and differences from the text. Next, the functions of hypertext, its types are noted, and some examples of its application in practice are given. Then, analyzing the hyperlinks, the authors note the negative possibilities of their use in current sources. In conclusion, there is a summary of the materials presented in the article.

Keywords: communication; electronic text; hypertext; hypertextuality; hypertext link; Internet; intertextuality; network; text linguistics; text.

Введение

В традиционных представлениях *текст* воспринимается как законченная последовательность языковых и/или неязыковых знаков. До сих пор *текст* также был связан с необходимой внутренней организацией начала и конца. В настоящее время, однако, существуют тексты без формально обозначенных границ, т.е. незавершённые. В качестве примера можно привести так называемые чаты в Интернете без видимых признаков окончания высказывания, а также романы, появляющиеся в глобальной сети Интернета. Различные авторы, входящие в сеть, продолжают эти романы без указания конца или общих маркеров (сигналов) его завершения.

В настоящее время термин *сетевая литература* (сетература) прочно вошёл в профессиональную номенклатуру. Посредством этого понятия в центре внимания находится идея об Интернете как средстве создания интерактивной творческой среды. Согласно О. В. Барсту сетевая литература – это «новая литература, принципиально отличная от традиционной формы, меняющая отношение читателя с автором, превращая их в соавторов, использующая новые технологии, конечный продукт которых размещается в компьютерной сети и может полноправно видоизменяться во времени многими читателями из разных мест» [3, с. 3].

В связи с этим, следующим актуальным объектом лингвистического анализа стало понятие *гипертекст*, которое разрушает сформированную идею о тексте как линейно упорядоченном целом, обладающем формальной когерентностью. Наоборот, гипертекст воспринимается как «нелинейный, разветвляющийся текст, позволяющий читателю самостоятельно избрать путь чтения «броузинг» по его фрагментам. Гипертекст – это метод объединения документов; это механизм для нелинейной структурированности текста; это форма организации текстов» [26, цит. согласно 10, с. 25].

Разграничение и определение термина гипертекст. Несмотря на немалое количество работ, в которых авторы представляют возможные пути построения классификаций гипертекста на основе тех или иных параметров [2; 7, 8; 4; 13; 15; 16; 17; 21; 22], общепризнанной типологии гипертекстов в настоящее время не существует. Её создание является одной из приоритетных задач теории гипертекста. Многие исследователи указывают на размытость, неопределённость значения этого термина. На изменение его значений воздействует всё возрастающая роль компьютерных технологий, с одной стороны, и широкое использование этого термина в философских и культурологических работах конца XX в., с другой.

В научной литературе существуют различные определения понятия гипертекста. О. В. Дедова приводит следующие способы понимания гипертекста:

- 1) способ организации текста, при котором текст связан ссылками с другим текстом;
- 2) новый вид текста, противопоставленный обычному тексту по ряду параметров;
- 3) новый способ, инструмент и новая технология понимания текста [подробнее см. 4].

О. В. Дедова определяет гипертекст как «модель организации электронного текста, характеризующаяся специфической структурированностью и разветвлённой системой программно поддерживаемых внутритекстовых и межтекстовых переходов, предполагающая возможность читательского интерактивного воздействия на последовательность воспроизведения композиционных единиц» [4, с. 50].

Р. Мюллер и П. Шидак утверждают, что в более старой терминологии гипертекст воспринимается как последующий текст (посттекст). В более новом использовании речь идёт о тексте с специфическим нелинейным чтением, т. е. текст, связанный с определённой информационной системой (например, Интернет). В 1965 году теоретик компьютерного образования Т. Х. Нельсон определяет гипертекст как «непоследовательное (нелинейное) письмо», т. е. текст, в котором нет постоянного центра, данного автором. Таким образом, такой текст даёт читателю возможность выбора и на основе того ставит его в позицию соавтора [ср. 19, с. 191].

Согласно В. Е. Чернявской гипертекст – это «электронное художественное произведение, компьютерно организованное <...> особый способ построения художественного произведения в виде отдельных блоков – «кусков», «ломтей», «текстонов», между которыми могут быть установлены перекрёстные гипертекстовые ссылки» [10, с. 25].

Я. Соколова определяет гипертекст как «компьютером обработанный текст или набор текстов, связанных между собой посредством компьютерных ссылок и текстов. Гипертекст характеризуется рекурсивной нелинейностью и утратой или неидентифицируемостью автора/авторов» [27, с. 85].

Согласно В. П. Рудневу, гипертекст – это «текст, устроенный таким образом, что он превращается в систему, иерархию текстов, одновременно составляя единство и множество текстов. Наиболее полно идеологии гипертекста соответствует такой жанр, как словарь с его фрагментарностью, дискретностью, специфическими формами и средствами информационного поиска» [24, с. 95].

В литературоведении под гипертекстом понимается такая форма организации текстового материала, при которой его единицы представлены не в линейной последовательности, а как система явно определённых возможных переходов и связей между ними. На основании этих связей можно читать материал не только в строго линейной последовательности при создании различных вариантов текста. Гипертекстовость (внутренние корреляционные ссылки, отсутствие линейного повествования) используется для создания различных эффектов, таких как языковая игра, расширение текста, что помогает формировать различные сюжетные линии в литературном произведении. Из известных литературных произведений, характеризующихся гипертекстовостью, можно упомянуть роман-лексикон «Хазарский словарь» (Hazarski rečnik) сербского писателя Милорада Павича, изданный в 1984 году (см. также словацкий перевод в 2003 году).

Интересно подчеркнуть, что гипертекстуальность является яркой характеристикой письменной, книжной речи, она в определённой степени вступает в противоречие с активным использованием устной речи в системах синхронного компьютерного общения.

Согласно Н. Б. Мечковской «если гипертекстуальность Интернета (и его гипертекстуальное влияние на общий язык) связана с усложнением форм коммуникации, то встречаемая либерально-демократическая тенденция идёт от стихии устно-разговорной, неофициальной и нередко субстандартной речи. В приватной сетевой коммуникации представлены практически все синтаксические и лексические особенности, характерные для разговорной речи, – прежде всего вполне устная эллиптичность, контаминации, обрывы и порядок слов, который соответствует очередности «всплываний» отдельных представлений в сознании пишущего» [18, с. 500].

Характеристика, свойства и качественные признаки гипертекста; его отличия от текста. Гипертекст можно охарактеризовать как структурную единицу, которая охватывает и связывает различные типы информации в Интернете. Гипертекстовый документ обычно состоит из набора, совокупности страниц, связанных гиперссылками. Специфика гипертекстового документа заключается в том, что эту совокупность документов можно просматривать в определённом порядке при перемещении по гиперссылкам.

В качестве гиперссылки может использоваться слово, фраза или какой-либо графический символ. Согласно Т. И. Рязанцевой «основной процесс, характеризующий гипертекст, есть, несомненно, речевой поток, или, в более современном понимании, особый акт дискурса (discourse process, discourse act): нелинейный процесс чтения и письма, особый тип создания и восприятия письменной коммуникации, создающий новую риторику интеллигентного текста и новую функциональную стилистику» [22, с. 49 – 51]. А. А. Калмыков и Л. А. Коханова выделяют следующие три основные характеристики гипертекста:

«1) дисперсность структуры. Информация представляется в виде небольших фрагментов-гнезд, войти в эту структуру можно с любого звена;

2) нелинейность гипертекста. Читатель имеет право выбрать любой путь чтения, создавая при этом свой индивидуальный текст;

3) разнородность и мультимедийность, при которой используются все средства от шрифта до звука, а также анимации» [12]. Авторы гипертекст характеризуют как «целостный текст, содержащий смыслы, раскрывающиеся при прочтении через произвольную актуализацию связей с другими текстами, и с текстом социокультурной реальности в целом» [Там же, с. 186]. Сходно с Э. Г. Азимовым гипертекст можно характеризовать такими понятиями, как механизмы связи (способ и характер передвижения по гиперссылкам), узлы-объекты (наиболее важные гиперссылки, которые определяют направление передвижения), пользовательский интерфейс (способ взаимодействия человека с узлами и связями). Цепочка узлов, через которые проходит читатель при просмотре компонентов гипертекста, образует путь или маршрут. Маршрут передвижения по различным ресурсам Интернета является способом формирования нового текста на основе гипертекстовых связей [ср. 1, с. 85].

Согласно исследованиям Т. И. Рязанцевой [22], Р. К. Потаповой [21], к основным единицам, образующим гипертекст, относят гипотексты, систему связей и систему навигации. Под гипотекстом понимается элементарная единица (слово, знак), из которой

создаётся гипертекст. Связи – это система соположения гипотекстов, их иерархические связи. Система навигации позволяет ориентироваться, перемещаться в сложной гипертекстовой структуре. Т. И. Рязанцева констатирует, что «каждый из этих компонентов предполагает самостоятельный уровень лингвистического анализа: уровень номинации и парадигматика гипотекстов (семантический уровень); уровень референции и синтагматика гипотекстов (синтаксический уровень); уровень предикации и риторика гипертекста (прагматический уровень)» [22, с. 145].

Гипертекстовые технологии позволяют легко комбинировать различные типы информации – простой текст, изображение, график, таблицу, диаграмму, звук, движущееся изображение. Технологическая особенность гипертекста – это *разнородность*, которая напрямую связана с компьютерными технологиями, т. е. гипертекст способен объединять единицы разных уровней – слова, картинки, анимацию, звуки и др. Вторым важным свойством гипертекста является *нелинейность*, т.е. в дополнение к стандартной, обычной последовательности чтения текста существуют и другие возможные пути передвижения по определённому набору текстов. «Основное свойство электронного гипертекста, отличающее его от традиционного печатного текста: формальное и семантическое ветвление (полилинейность, неоднородность), незамкнутость и незаконченность, возможная мультимедийность, т. е. присутствие наряду с обычным текстом визуальных (статистических и динамических) и звуковых образов» [11, с. 134].

В целом, исследователи выделяют такие основные качества гипертекста, как дисперсность структуры, нестабильность композиции, нелинейность, мультимедийность, интерактивность, которые постепенно реализуются в различных электронных жанрах.

К основным характеристикам гипертекста, отличающим его от текста, О. В. Лутовинова относит «фрагментарность (информация представляется в виде гнезд, текст состоит из звеньев-фрагментов, и начать его чтение можно с любого звена), нелинейность (двигаться в пространстве текста можно в направлениях, не ограниченных одной плоскостью), бесконечность (гипертекст невозможно прочесть целиком, а понятие его границ субъективно), разнородность (гипертекст – носитель множественной информации, что обуславливается отсутствием чётко заданных границ и центра и, следовательно, вариативностью понимания), интерактивность (реципиент является не только потребителем готового продукта, он сам выбирает тот путь, по которому пойдёт в процессе восприятия гипертекста, то есть становится и его творцом» [17, с. 16].

А. Н. Баранов формулирует различия текста и гипертекста следующим образом:

→ «конечность, законченность традиционного текста и бесконечность, незаконченность, открытость гипертекста;

→ линейность обычного текста и нелинейность гипертекста;

→ точное авторство текста и отсутствие авторства (в традиционном понимании) у гипертекста;

→ снятие противопоставления между автором и читателем, поскольку в ходе взаимодействия с веб-страницей читатель формирует свой собственный текст на основе различных переходов» [2, 2003].

Функции и типы гипертекста. В различных жанрах гипертекст выполняет специфические функции. Это касается функций и типов гипертекста, например, в художественной литературе и электронных СМИ. В последние годы стали появляться художественные произведения, построенные на основе гипертекста. «Некоторые современные писатели увлекаются экспериментированием с гипертекстом. Читателям предлагаются произведения, которые имеют несколько продолжений в зависимости от того, по какой «нити повествования» двигаться дальше. Иногда читатели могут даже сами дописывать продолжение размещённых в сети гипертекстовых повестей и рассказов» [11, с. 134]. Гипертекст также способствовал созданию новых форм литературных произведений с характерными ассоциациями и тезаурусными связями. Гипертекст также активизировал аспект сложных литературных произведений, таких как интертекстуальность. Под интертекстуальностью понимаются различные виды отношений между текстами, которые могут быть описаны и исследованы с двух позиций – читательской и авторской. В последнее время термин *интертекстуальность* используется для обозначения взаимодействия и взаимовлияния литературных произведений. Этот термин был введён Ю. Кристевой для обозначения постоянного взаимодействия и функционирования текстов в информационном пространстве: «<...> любой текст построен как мозаика цитаций, любой текст есть продукт и трансформация какого-нибудь другого текста» [14, с. 429]. Интертекстуальность раскрывает многомерные связи данного текста с другими текстами.

С точки зрения типологии гипертекста выделяют несколько групп противопоставлений. Гипертекст может быть *иерархическим* и *сетевым*. Иерархическое, или древовидное, строение гипертекста существенно ограничивает возможности перехода между разными компонентами. Сетевой гипертекст позволяет использовать различные типы отношений между компонентами, не ограничиваться только одним видом. Различают простые и сложные гипертексты. Сложные гипертексты обладают развёрнутой системой переходов между компонентами гипертекста, в них нет представления о базовом тексте, с которым связаны второстепенные элементы. Все определяется так называемым маршрутом продвижения по гиперссылкам. По способу существования выделяются *статические* и *динамические* гипертексты. Статический гипертекст не меняется в процессе просмотра, это характерно, например, для научных и образовательных текстов. Для динамических гипертекстов процесс изменения является естественной формой существования, такие гипертексты функционируют там, где необходимо анализировать и предоставлять поток постоянно изменяющейся информации (например, ленты новостей в новостных ресурсах).

Гиперссылка. Практически любой текст в Интернете представляет собой одну или несколько взаимосвязанных страниц в соответствии с различными параметрами. Роль ниток, соединяющих веб-страницы, выполняют так называемые *гипертекстовые ссылки* или *гиперссылки*. Существуют два типа гиперссылок: текстовые и графические, где ссылки выделяются, например, по цвету, типу графики или шрифту в тексте документа. Гипертекстовый документ может содержать изображения, видеоклипы, звуковые серии и

другие мультимедийные элементы. Если навести курсор на ссылку, а затем щёлкнуть по ней, начнётся приём по соединяющим каналам и демонстрация на экране документа, связанного с данной ссылкой. В новом документе также будут ссылки на другие документы. Вся эта система ссылок позволяет связываться с различными интернет-ресурсами. Гиперссылки главным образом связывают страницы в веб-страницу. Гиперссылки являются, так сказать, связующими элементами страницы как особого вида электронного текста.

В некоторых веб-каналах гиперссылки доминируют, в других, наоборот, не используются. Например, в видах компьютерного общения диалогического характера гипертекст практически не представлен. В так называемых коммуникационных службах Интернета (чаты, блоги, форумы) гиперссылки встречаются очень редко, поскольку перечисленные жанры в сущности основаны на передаче информации в режиме реального времени. Это связано с тем, что основной функцией этих текстов является интерактивная функция. Эти тексты также отражают особенности устной речи в письменном общении. Другое дело – активное функционирование гипертекста на информационных веб-страницах, в образовательных и информационных ресурсах. Например, в электронных средствах массовой информации гиперссылки играют очень важную роль с точки зрения способов представления информации. Гиперссылки позволяют вам выбрать тип информации, основываясь на информационных потребностях пользователя. Стоит отметить, что научные тексты, независимо от их диалогического и интертекстуального характера, практически не используют гипертекстовые формы.

Особую проблематику представляет собой создание гиперссылок языковыми средствами соответствующего языка. Типология гиперссылок также определяется на основе используемых лингвистических средств – номинативных (назывных) конструкций, наречий, словесных конструкций, коммуникативных единиц, изображений.

Л. Ю. Щипицина [25, с. 64 – 65] выделяет два типа гиперссылок. Первый тип – это гиперссылка семантического типа «слово – текст в полном объёме». В качестве гиперссылки используется обычно имя существительное. Такого типа ссылки характерны для образовательных ресурсов и сетевых СМИ. При другом типе в качестве гиперссылок используются глаголы или наречия. В этом случае нажатие на гиперссылку вызывает определённое действие – поиск, выбор решения, подписку на что-либо. Такого рода гиперссылки характерны для рекламных текстов.

Построение гипертекста должно подчиняться определённым требованиям, обусловленным жанровыми и стилистическими характеристиками веб-ресурсов. Э. Г. Азимов среди наиболее универсальных выделяет следующие требования:

- «гиперссылки должны быть специальным образом выделены в тексте;
- не должно быть пустых гиперссылок, которые не связаны с дополнительной информацией;
- ссылки должны быть однозначными, повторение гиперссылок должно приводить к одинаковым результатам;
- не должно быть взаимного заикливания (первая гиперссылка ссылается на вторую, а вторая только на первую);

→ гиперсвязи должны соответствовать содержанию гиперссылки, т. е. если в качестве гиперссылки функционирует, например, слово лингвистика, то гипертекстовые связи должны быть связаны с этим словом, а не уводить в совершенно другую предметную область» [1, с. 92].

Гиперссылка как структурный элемент гипертекста, являющаяся основополагающим элементом веб-страницы, выполняет разные функции: номинативную (служит названием), информативную (в краткой форме передаёт содержание информации), регулирующую (определяет направление поиска информации), экспрессивную (выделяет наиболее значимые информационные блоки) и др.

Р. К. Потапова выделяет следующие типы ссылок:

«→ **структурные ссылки**, связывающие композиционные элементы или их части;

→ **референциальные ссылки**, которые устанавливают переходы между реферирующим выражением и информацией, способной определить референта (например, фамилия человека как источник ссылки);

→ **семантические ссылки**, связывающие информационные единицы, объединённые общим или близким содержанием;

→ **условные ссылки**, устанавливающиеся на основе нетривиальных отношений между двумя информационными единицами» [21, с. 336].

Использование гиперссылок в электронных средствах массовой информации позволяет измерять интерес читателя, пути выбора соответствующего источника, медийные характеристики СМИ. Активное использование гиперссылок в актуальных источниках имеет также отрицательные последствия. Например, из-за использования гиперссылок часто приводится материал из различных электронных источников без указания не только авторов, но и сетевого источника, что вызывает быстрое распространение явно ложной информации. Одни и те же информационные объявления одновременно появляются на страницах разных веб-источников из-за использования гиперссылок. По наблюдениям, а также по данным сервиса «Яндекс. Новости» (www.yandex.ru), количество новостей, копирующих одно издание у других, на протяжении многих лет составляло большую часть (примерно 20%) от общего числа информационных объявлений в электронных средствах массовой информации.

Следует отметить, что необдуманное использование гиперссылок приводит к тому, что поиск источника информации часто оказывается сложным процессом. Существуют проблемы с определением скрытой рекламы, ложной информации и других материалов. Если в печатном издании (газете или журнале) реклама обычно выделяется в тексте, то в информационных изданиях, основанных на использовании гиперссылок или непосредственном включении в информационный текст (особенно на первых страницах интернет-издания), могут включать рекламу, которая оформлена как гипертекст и может быть включена в качестве основного источника информации. Активное использование гиперссылок часто приводит к тому, что читатель внезапно оказывается в совершенно другом источнике в результате передвижения по гиперссылкам.

Применение гипертекста в учебном процессе. На практике существуют различные возможности использования гипертекста и гипертекстовых ссылок. Одной из

возможностей является сфера преподавания в школах (обучение с помощью дидактических программ обучения с гипертекстовой структурой).

Гипертекстовые структуры, которые имеют много учебных программ, позволяют просматривать учебный материал в индивидуальном порядке, в соответствии с выбором студента. Учебный материал может быть представлен различными способами, в форме текста, в форме графического изображения (рисунок или график), в форме имитационной модели, математической модели, видеозаписи, аудиозаписи или их комбинации.

Привлекательность самого электронного текста можно повысить, превратив его в гипертекстовую интерактивную форму. Преобразуя простой текст, можно говорить о создании гипертекстового учебного пособия. По словам Я. Достала, «в гипертекстовых учебных пособиях, как правило, очевидно, какой текст является основным, где учащийся должен начать учение (размещен ли он на компакт-диске или в Интернете). Остальные тексты могут быть без какой-либо иерархической структуры <...> Способ учения представляет собой основное отличие классического текста от гипертекста, который предполагает многопоследовательное чтение. В гипертексте читатель (школьник, студент) указывает ссылку (чаще всего подчёркнутый и выделенный текст), которая имеет метаконтент (гипертекстовый адрес другого документа), активирует его и содержимое связанного материала появляется на экране» [5, с. 22].

Другой возможностью является использование гиперссылок в услугах программы Excel. Полезной функцией программы Microsoft Office Excel является возможность добавить гиперссылки в ячейки рабочей тетради, а затем их использовать для изображения информации. Гиперссылка – это текстовая строка, обычно синего цвета и подчёркнутая, на которую вы можете нажать, чтобы активировать (перейти на ссылку). После изображения тетради программы Excel в веб-части Excel Web Access вы можете использовать гиперссылку, чтобы открыть документ, файл или веб-страницу в новом окне, запустить программу электронной почты и написать сообщение, перейти в другие места в текущей книге и в конкретном месте открыть другую тетрадь программы Excel в представлении веб-браузера. Используя настраиваемые свойства веб-части Excel Web Access, вы также можете управлять поведением гиперссылки.

Гипертекстом можно также воспользоваться для предоставления библиотечных или информационных услуг.

Заключение

Гипертекст представляет собой особый способ представления и организации текста, позволяющий легко соединять различные виды информации – простой текст, рисунок, звук, изображение. Текстовые формы, организованные таким образом, обладают способностью представлять нелинейную связь и структуру идей в отличие от линейной структуры письменного текста или устной речи. Особая форма структурирования письменного текста связана с выделением частей текста курсивом, изменением размера шрифта, размещением части текста в скобках, подчёркиванием, использованием сносок, ссылок, а также приведением библиографии (после определённых страниц или в конце темы) и списка источников по данной теме. Наряду с перечисленными традиционными

способами организации информации в тексте, гипертекст как способ редактирования текста получил широкое распространение при создании компьютерных учебных программ. Разработка гипертекстовых систем в учебном процессе, которое началось в 1980 году и в настоящее время термин гипертекст, применяются в различных объектах:

а) как особый метод создания информационных систем, обеспечивающих доступ к данным при сохранении логических связей между ними;

б) в качестве определённой системы для представления текстовой и мультимедийной информации в виде сети взаимосвязанных текстовых, графических, аудио и других файлов;

в) как особый универсальный интерфейс, отличительной чертой которого является интерактивность и склонность к пользователю. В настоящее время гипертекст как принцип интерактивной учебной среды получил наибольшее распространение при создании компьютерных учебных курсов иностранного языка.

Гиперссылка представляет собой выделенный объект (текст или изображение) веб-страницы, который связывает её с другим объектом. Гиперссылка позволяет перейти к другому объекту в веб-среде, а также представляет собой связь между веб-страницами в сети Интернета. Способы реализации гиперссылок практически не ограничены: слово, часть текста, местоположение таблицы или списка; схема, рисунок, фотография или их части.

Таким образом, текстовые и лингвистические особенности гипертекста в большей или меньшей степени отличаются от характерных особенностей традиционного текста. Нелинейный гипертекст меняет наши созданные идеи о тексте как линейной последовательности, имеющей начало и обязательный конец. Именно это чувствуется как проблема, т. е. противопоставление существующим представлениям на поверхностном формальном уровне. Возникает вопрос о структурных критериях текстуальности. Упомянутый феномен гипертекстуальности поднимает другой вопрос об исчезновении автора и незначительности намерения автора в создании текста.

Продолжая это утверждение, в настоящее время происходит автоматическое создание электронных писем, которые компьютер «размножает» с соответствующими изменениями без чётко идентифицируемого субъекта речи. Можно ли такие высказывания однозначно считать текстами? И этот вопрос нас также приводит к более глубоким размышлениям о проблематике имманентных свойств текста, начиная с формальной последовательности – когезии, заканчивая семантико-содержательным соединением текстовых элементов, т.е. когерентностью.

References:

1. Azimov, E. G. *Informacionno-kommunikacionnye tehnologii v prepodavanii russkogo iazyka kak inostrannogo: Metodicheskoe posobie dl'a prepodavatelei russkogo iazyka kak inostrannogo* / E. G. Azimov – Moskva: Russkii iazyk. Kursy, 2012. – 352 s.
2. Baranov, A. N. *Vvedenie v prikladnuiu lingvistiku: uchebnoe posobie* / A. N. Baranov – Moskva: Editorial URSS, 2003. – 360 s.

3. Barst, O. V. Strukturno-semanticheskie osobennosti organizacii gipertekstovogo narrativa (na materiale giperromana M. Joysa Twelve Blue): Avtoref. diss. ... kand. filol. nauk / O. V. Barst – St Petersburg, 2005. – 23 s.
4. Dedova, O. V. Teoria giperteksta i gipertekstovye praktiki v Runete / O. V. Dedova – Moskva: Izd-vo MGU, 2008. – 284 s.
5. Dostál, J. Multimediální, hypertextové a hypermediální učební pomůcky – trend soudobého vzdělávání / J. Dostál // Časopis pro technickou a informační výchovu, 2009. – Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. Vol.1, № 2., S. 18 – 23.
6. Goroshko, E. I. Internet-kommunikaciya v gendernom izmerenii / E. I. Goroshko // Vestnik Permskogo universiteta. Vyp. 3 “Iazyk – kul'tura – civilizaciya, 2006. – Perm, S. 219 – 229.
7. Goroshko, E. I. Internet-kommunikaciya: problema zhanra / E. I. Goroshko // Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediinom diskurse, 2006. – Oriol: OGIK, S. 165 – 175.
8. Goroshko, E. I. Teoreticheskii analiz Internet-zhanrov: k opisaniu problemnoj oblasti / E. I. Goroshko // Zhanry rechi: Sbornik nauchnykh statei, 2007. – Saratov: Izd-vo GosUNC “Kolledzh”. Vyp. 4.
9. Goroshko, E. I. Gender i blogtika Interneta (psicholingvisticheskii analiz) / E. I. Goroshko // Voprosy psicholingvistiki, 2007. – Vyp. 5, S. 52 – 63.
10. Chernyavskaya, V. E. Lingvistika teksta: polikodovost', intertekstual'nost', interdiskursivnost': uchebnoe posobie / V. E. Chernyavskaya – Moskva: Knizhnyi dom LIBROKOM, 2009. – 248 s.
11. Ivanov, L. Ju., & Skovorodnikov A. P., & Shiryayev, E. N. (Eds.). Kul'tura russkoi rechi. Enciklopedicheskii slovar'-spravochnik / L. Ju. Ivanov, & A. P. Skovorodnikova E. N. Shiryayeva, (Eds.), 2003. – Moskva: Nauka – Flinta. – 840 s.
12. Kalmykov, A. A. – Kochanova, L. A. Internet zhurnalistika: uchebnoe posobie / A. A. Kalmykov – L. A. Kochanova – Moskva: JUNITI-DANA, 2005. – 383 s.
13. Kondrashov, P. E. Kompiuternyi diskurs: soiolingvisticheskii aspekt: Dis. ... kand. filol. nauk / P. E. Kondrashov – Krasnodar, 2004.
14. Kristeva, Ju. Bakhtin, slovo, dialog i roman / Ju. Kristeva // Francuzskaya semiotika: Ot strukturalizma k poststrukturalizmu. Per. s franc. sost. vstup. st. G. K. Kosikova, 2000. – Moskva: IG Progress, S. 427 – 457.
15. Kuper, I. R. Gipertekst kak sposob kommunikacii / I. R. Kuper // Sociologicheskii zhurnal Rossiiskoi akademii nauk Instituta sociologii, 2000. – Moskva: Gumanit. izd. centr Vlados. № 1-2, S. 36 – 57.
16. Levonenko, O. A. Iazykovaya lichnost' v elektronnom gipertekste (na materiale ekspressivnogo sintaksisa vedushchikh elektronnykh zhanrov): Dis. ... kand. filol. nauk / O. A. Levonenko – Taganrog, 2004. – 158 s.
17. Lutovinova, O. V. Lingvokul'turologicheskie charakteristiki virtual'nogo diskursa: Avtoref. dis. ... doktora fil. nauk / O. V. Lutovinova – Volgograd, 2009. – 40 s.
18. Mechkovskaya, N. B. Istoriya iazyka i istoriya kommunikacii: Ot klinopisi do interneta: Kurs lektsii po obshchemu iazykoznaniju / N. B. Mechkovskaya – Moskva: Flinta – Nauka, 2009. – 584 s.
19. Müller, R. & Šidák, P. (Eds.). Slovník novější literární teorie: glosár pojmu / R. Müller & P. Šidák (Eds.) – Praha: Academia, 2012. – 699 s.

20. Nelson, T. H. *Literary Machines: The Report on, and of, Project Xanadu Concerning Word Processing, Electronic Publishing, Hypertext, Thinkertoys, tomorrow's Intellectual revolution, and Certain Other Topics Including Knowledge, Education and Freedom* / T. H. Nelson – Sausalito: Mindful Press, 1981.
21. Potapova, R. K. *Novye informacionnye technologii i lingvistika. Moskovskii gosudarstvennyi lingvisticheskii universitet* / R. K. Potapova – Moskva: Editorial URSS, 2004. – 320 s.
22. Riazanceva, T. I. *Gipertekst i elektronnyaya kommunikaciya* / T. I. Riazanceva – Moskva: LKI, 2010. – 256 s.
23. Rogova, K. A. (Ed.). *Tekst: teoreticheskie osnovaniya i principy analiza: uchebno-nauchnoe posobie* / K. A. Rogova (Ed.) – St Petersburg: Zlatoust, 2011. – 464 s.
24. Rudnev, V. P. *Slovar' kul'tury XX veka: Kl'uchevye ponyatiya i teksty* / V. P. Rudnev – Moskva: Izd-vo Agraf, 1999. – 381 s.
25. Shchipicina, L. Ju. *Kompiuterno-oposredovannaya kommunikaciya. Lingvisticheskii aspekt analiza* / L. Ju. Shchipicina – Moskva: Krasand. 2010. – 296 s.
26. Schnupp, P. *Hypertext. Reihe Handbuch der Informatik – Band 10.1.* / P. Schnupp – München – Wien: Oldenbourg, 1992.
27. Sokolová, J. *Tri aspekty verbálneho textu* / J. Sokolová – Nitra: UKF, 2012. – 144 s.

Sources:

Pavić, M. *Chazarský slovník* / M. Pavić – Bratislava: Slovart, 2003. – 250 s. prekl. Jarmila Samcová.

Information about the author:

Jan Gallo (Nitra, Slovak republic) – PhD., Associate Professor of the Department of Russian Studies, Constantine the Philosopher University in Nitra, 140 published articles. ORCID ID: 0000-0001-7113-9235; WOS Researcher ID: AAG-5493-2020.

E-mail: jgallo@ukf.sk

Acknowledgements:

The article is based on the KEGA 032UKF-4/2020 research grant project Cross-cultural and Business Communication in Russian Language Practise in Slovakia - Interkultúrna a obchodná komunikácia v rusistickej praxi na Slovensku.

Статья была составлена в рамках грантового проекта КЕГА 032UKF-4/2020 Межкультурная и деловая коммуникация на практике РКИ в Словакии – Межкультурное и деловое общение во время практики русского языка в Словакии.