

ТЕКСТОВАЯ ПАРАДИГМА: МИКРО-, МАКРО-, МЕГА-, ГИПЕР- И ПРОСТО ТЕКСТ

Феномен текста давно и прочно занял свою позицию в научной картине мира, как она сложилась к началу XXI века. Перечень ученых, сделавших свой вклад в теорию текста, насчитывает многие десятки имен. Здесь упомянем только авторов наиболее известных монографических публикаций, расположив их имена сугубо в алфавитном порядке, т. к. какая-либо категоризация этих трудов (тематическая, методологическая, хронологическая, интертекстуальная и т. д.) может составить предмет не одного специального исследования. Итак, о тексте писали И. В. Арнольд, Р. Барт, М. М. Бахтин, В. П. Белянин, В. В. Богданов, Р. Богранд, Н. С. Валгина, С. А. Васильев, О. П. Воробьёва, И. Р. Гальперин, Ван Дейк, К. А. Долинин, А. Н. Домашнев, В. Д. Дресслер, Т. М. Дридзе, О. Л. Каменская, И. М. Колегаева, М. П. Котюрова, В. А. Кухаренко, Д. С. Лихачев, Ю. М. Лотман, В. А. Лукин, М. В. Ляпон, И. А. Мельчук, Г. Г. Молчанова, О. И. Москальская, Т. М. Николаева, А. И. Новиков, В. В. Одинцов, Г. А. Радзиевская, Е. А. Реферовская, И. П. Севбо, Е. А. Селиванова, З. Я. Тураева, И. Я. Чернухина, В. Я. Шабес, Р. Фаулер, Ч. Филмор.

Среди этого созвездия имён и научных школ труд В. А. Кухаренко "Интерпретация текста" занимает своё достойное место, будучи востребованным разными поколениями читателей, о чём свидетельствует четыре переиздания этой книги, из них три русскоязычные и одно в переводе на украинский язык [9; 10; 11; 12].

С гордостью причисляя себя к научной школе В. А. Кухаренко, предлагаем свои размышления о том, что представляет собою текст как коммуникативный феномен, в какие парадигмальные структуры он встраивается, каким разновекторным трансформациям он подвергается, циркулируя в коммуникативном пространстве. Один вектор текстовых трансформаций - это компрессия, свертывание, реферирование, нередко адаптивное исходного текста. Другой, противоположный вектор - это расширение коммуникативной ипостаси текста, приводящей к появлению мегатекста, макротекста и гипертекста. В каждом из этих случаев текст как завершённое, цельнооформленное вербальное сообщение оказывается включённым в некое структурно и функционально идентифицируемое целое, т. е. в некую текстовую парадигму. Данная статья ограничивается рассмотрением текстовых парадигм, порождаемых вышеупомянутыми разновекторным и трансформациями.*

Противоположность указанных векторов очевидна, однако терминологически не обозначена. Вектор "укрупнения" текста как коммуникативного объекта приводит к образованию *мегатекста*, *макротекста*, *гипертекста*. Эти однокоренные термины, содержащие синонимичные префиксы *мега-*, *макро-* и *гипер-*, не являются абсолютными синонимами, перечисленные аффиксы лишь совокупно маркируют идею "укрупнения".

Вектор "уменьшения" текста как коммуникативного объекта должен был бы порождать что-то вроде **гипотекста* или **микротекста*. Подобные термины системно возможны, однако узусно не актуализированы. Реализация данного вектора коммуникативной трансформации порождает тексты, терминологически номинируемые как *реферат*, *тезисы*, *дайджест*, *адаптация*, (сокращённый и упрощённый) *пересказ*. Все они являются компрессированными и иногда упрощёнными парафразами некоего исходного, генетически первичного и потому хронологически предшествующего текста. Отношения между ними субординативны: компрессированная версия это всегда лишь заместитель исходного, "полномерного" текста. Интертекстуальные связи между ними выражаются в обязательном тематическом единстве, в большем (например, автореферат) или меньшем (например, дайджест) сходстве архитектурного и композиционного строения, в метатекстовых упоминаниях исходного текста в производном тексте, но никогда не наоборот. Ср. естественность фразы "реферируемая *диссертация* содержит..." в тексте *автореферата* или "*доклад* посвящен проблеме..." в тексте *тезисов* и абсолютную невозможность упоминания компрессированной версии текста в его полномерном исходном аналоге: текст диссертации не упоминает автореферат, текст романа игнорирует его возможную адаптированную версию. С учётом подобных субординативных отношений исходный текст и его компрессированный коррелят образуют бинарную парадигмальную оппозицию. Каждый член этой оппозитивной пары занимает свою нишу в коммуникативном пространстве и может функционировать самостоятельно.

Итак, уменьшение текста как коммуникативного объекта - это, в нашем понимании, трансформация его формы и содержания, в результате которой отсекаются "маргинальные, необязательные, менее важные компоненты"¹ [13, 137], однако это не препятствует тому, что для реципиента сохраняется

* Варианты иных текстовых парадигм описаны в нашей публикации [5].

смысловое тождество по центральным смысловым компонентам" [17,203]. Из чего следует, что опубликование фрагмента, отрывка, изъятого из какого-либо цельного текста, мы не считаем реализацией вектора "уменьшения" текста.

Противоположный вектор коммуникативных трансформаций представляет собой пучок различных преобразований исходного текста, ведущих к укрупнению его коммуникативного масштаба. Рассмотрим соответствующие преобразования.

В 1991 г. мы предложили для научного узуса терминопонятие "мегатекст" [6, 74 и далее], которое имплицитно некий более высокий статус номинируемого объекта, чем просто текст, т. к. морфема *mega-* есть греческое заимствование со значением *великий, большой* (*mega-* < Gr *megas* = *great* [21]). **Мегатекст**, по нашему убеждению, это единство *собственно текста* и *вспомогательного текста*, которые отличаются друг от друга своей прагматической направленностью, коммуникативной ценностью, обязательностью присутствия в мегатексте. Основной текст абсолютно обязательен, ценностно доминирует над вспомогательным, прагматически ориентирован на передачу сообщения как такового (это текст рассказа, статьи, романа, монографии, эссе и т. п.). Вспомогательный текст - это множество (от 1 до 7-8) текстовых сообщений, факультативно сопровождающих основной текст, ценностно второстепенных и прагматически вспомогательных, т. е. направленных на оптимизацию функционирования основного текста (это предисловие/послесловие, оглавление, аннотация, резюме, сноски, комментарии, глоссарий, библиографические списки, эпиграф, посвящение и т. п.). Подробно о коммуникативном вкладе каждого из них в мегатекст как единое целое см.: [6, 76 - 94; 7].

Совокупность основного текста и хотя бы одного из возможных вспомогательных текстов формирует коммуникативно гетерогенное образование, которое и называем мегатекстом. Варианты различной мегатекстовой структуры как варианты расширения коммуникативного масштаба одного и того же основного текста весьма многочисленны. Чем весомее роль основного текста в коммуникативном пространстве человечества, тем дольше он (текст) циркулирует в этом пространстве и тем выше вероятность наращивания на него, как на ядро, вспомогательных текстовых сообщений (чаще всего это оказываются комментарии, глоссарии, предисловия и т. п.), которые в совокупности образуют каждый раз мегатекст иной конфигурации. См. к примеру, публикацию Е. Ф. Лукьяновой, посвященную различным мегатекстовым воплощениям романа Н. Готорна "Алая буква". По данным её анализа, 5 изданий романа, вышедших за 40 лет (1959 г. - 2000 г.), ни разу не повторили свою мегатекстовую структуру [15].

Интертекстуальные отношения между компонентами мегатекста проявляются прежде всего в их тематическом единстве: вспомогательный текст это всегда трактовка, объяснение того, о чём речь идет в основном тексте. Эти интертекстуальные отношения наиболее эксплицированы в таких мегатекстовых конфигурациях как "основной текст + комментарий"; "основной текст + аннотация/резюме". Однако возможны и имплицитные интертекстуальные переклички. Чаще всего это происходит в паре "основной текст + эпиграф", в которой тематическое, эмоциональное, философское единство обоих сообщений не вербализуется специальными средствами.

Возможность раздельного функционирования текстовых сообщений, составляющих мегатекст, безусловно, приложима к основному тексту и очень ограничена по отношению к вспомогательным текстам. Если предисловие/послесловие могут быть востребованы как отдельные информационно-просветительские тексты, то сноски, комментарии, посвящения лишены такой перспективы. Судьба эпиграфов как отдельных текстов своеобразна, поскольку очень часто они являются прецедентными феноменами ещё до вхождения в мегатекст, это Библейские речи, строфы поэтических произведений, поговорки и т. п. В связи с этим их изъятие из мегатекста либо *возвращает* их в исходный, до-эпиграфический (прецедентный) статус, либо *превращает* их в прецедентный текст, если ранее они таковыми не были. Напомним один из эпиграфов к роману Э. Хемингуэя "И восходит солнце": высказывание Г. Стайн "Все вы потерянное поколение", которое самостоятельно функционирует в коммуникативном пространстве и вне рамок материнского мегатекста.

Возвращаясь к теме данной публикации ещё раз подчеркнём, что мегатекст, вырастающий на основе текста, демонстрирует реализацию вектора "укрупнение", т. е. более крупной оказывается форма данного коммуникативного феномена: мегатекст всегда длиннее основного текста. Информационная база итогового сообщения также укрупняется: вспомогательные тексты типа комментариев, предисловий, глоссариев добавляют к основному тексту немалый объём содержательно-фактуальной информации; эпиграф вносит свою лепту в углубление содержательно-концептуальной информации; библиографический перечень информирует читателя о научной парадигме, в которую вписан основной текст. Оглавление оптимизирует процесс восприятия текста, объективизируя его архитектурную структуру (членение на разделы, главы, параграфы), а также перечисляя тематические свёртки соответствующих текстовых фрагментов, если они (фрагменты) озаглавлены.

Образование мегатекстовых целых на базе исходного текста - процесс в принципе вариативный. Естественно предположить, что подобным трансформациям чаще подвержены тексты, долго живущие в коммуникативном пространстве, тексты востребованные разной читательской аудиторией, в разное время.

Другой вариант коммуникативного укрупнения текста проявляется его трансформацией в **макротекст**, т. е. его вхождением в макро- текстовую парадигму, которая, по нашему убеждению, может иметь несколько конфигураций, а именно: текст А + тексты В, С, Д..., принадлежащие одному автору и декларативно объединенные в тематическое целое под названием "диалогия", "трилогия", ... "пенталогия". Возможна также конфигурация, складывающаяся из текста А (непременно популярного среди читателей) и его сиквелов и/или приквелов, т. е. текстов В, С, Д..., имеющих с текстом А общую систему персонажей и сюжетно-фабульную связность, но принадлежащих другим авторам. Заметим, что эстетические оценки подобных текстовых конгломератов в данном случае не входят в поле нашего внимания.

Статусные взаимоотношения компонентов макротекстового целого, как правило, равноправны, кроме того, каждый из них может, функционировать изолированно. Однако максимально полное раскрытие темы происходит всё же по кумулятивному принципу, т. е. итоговый смысл пенталогии, к примеру, не есть простая сумма входящих в неё пяти текстов, но является синтезом, раздельных тематических линий, смысловых акцентов, интертекстуальных перекличек. Именно возможность холистичного восприятия макротекстового целого положена в мотивировку предлагаемого термина. *Макротекст* - это "*большой*" текст, нечто большее, чем просто текст: "*macro-* < Gr *makros* = *long, large* [21]. На основе такой же мотивировки (холистичность, спаянность, единство значения) в своё время был введен термин *макрознак* в приложении к тексту. См. работы Ю. М. Лотмана, О. П. Воробьёвой, Е. А. Селивановой [14; 2, 29; 17, 50].

Маргинальным проявлением реализации макротекстового вектора укрупнения текста следует считать трансформацию статьи в монографию, рассказа в повесть или роман. В этом случае приходится крайне осторожно оперировать термином макротекст, поскольку роман, родившийся из рассказа, и монография, выросшая из статьи, в конечном, "снятом" виде является **текстом**. Их укрупнение (на что претендует статус макротекста) есть факт генетический. Как бы там ни было, данное явление эвристически ценно как показатель потенций коммуникативных перерождений текста. Вместе с тем не вызывает сомнений правомерность того, чтобы трактовать образовавшуюся в коммуникативном пространстве структуру "рассказ роман" или "статья монография" как макротекстовую парадигму.

Появление макротекста, как и обсуждавшегося выше мегатекста, всегда хронологически вторично, т. е. следует за появлением в коммуникативном пространстве собственно текста, потенциального "провокатора" последующих трансформаций.

Обобщая наши наблюдения на данном этапе, констатируем определённый темпоральный изоформизм обоих векторно противоположных трансформационных процессов. Как увеличение формата (появление мегатекста, макротекста), так и его уменьшение (появление реферата, тезисов, дайджеста), оба протяженны во времени, оба предполагают наличие исходного текста как стартовой точки в последующем процессе коммуникативных перевоплощений.

Совсем по-другому выглядит процесс и результат появления и функционирования **гипертекста**. Терминообозначение весьма точно отсылает к идее надстройки *над* текстом, некой *сверх* текстовой структуры: "*hyper-* < Gr *hyper* = *over, beyond* [21]. Согласно дефинициям, гипертекст - эта система представления текстовой информации в виде сети связанных между собою текстовых файлов, использующая нелинейный, ассоциативно-фрагментарный и сетевой принципы репрезентации информации. Узлы гипертекста объединяются с помощью гиперссылок, выбор которых даёт пользователю возможность "путешествовать" по информации, выбирать и упорядочивать её по собственному желанию" [18].

В массовом сознании термин *гипертекст* ассоциируется исключительно с сетевой, компьютерно-опосредованной коммуникацией (КОК). По свидетельству Дж. Айто, составителя словаря новой лексики "Twentieth Century Words", сам Х. Нельсон, автор этого термина, впервые употребив его в 1965 г., писал, что "слово *гипертекст* предлагается для обозначения массива письменного и изобразительного материала (a body of written and pictorial material) взаимосвязанного таким образом, что его крайне трудно представить или воспроизвести на бумаге" [20, 413]. Однако понятие гипертекста как структуры для целостной подачи разрозненной информации не есть порождение собственно КОК. Как пишет В. П. Руднев, "простейший пример гипертекста - это словарь или энциклопедия, где каждая статья имеет отсылки к другой статье этого же словаря" [16, 69]. Об истории открытия гипертекста см.: [18, 86; 4; 20, 413].

Отличительной особенностью гипертекстовой организации является полное коммуникативное равноправие всех её составляющих, отсутствие между ними хронологической, статусной, причинно-следственной или любой другой, кроме тематической, взаимозависимости и взаимосвязи. И. Р. Купер утверждает, что "гипертекст как новая текстуальная парадигма - это сеть относительно свободных сообщений, которые могут объединяться и

распадается в процессе производства и потребления знания" [8]. А. Н. Баранов среди отличительных особенностей перечисляет отсутствие стандартной обычной последовательности его прочтения, вызванное его бесконечностью, нелинейностью, отсутствием авторства, объективностью и неоднородностью, которые отличают гипертекст от традиционного текста, которому присущи законченность, линейность, точное авторство, субъективность и однородность [1, 32 - 33].

К сказанному добавим ещё одну важную характеристику гипертекста: в нем принципиально отсутствует стартовое, генетически исходное начало, некий ядерный текст, вокруг которого наращиваются, наслаиваются другие тексты или который порождает компрессированные/расширенные трансформы самого себя. Этим гипертекст кардинально отличается от обсуждавшихся выше текстовых парадигм - макро- текстовой, мегатекстовой, компрессированной.

Все текстовые составляющие гипертекста, абсолютно автономны и коммуникативно равноценны между собою. В этой парадигме властвуют координативные связи, субординативные связи не имеют места. С большой долей условности можно сформулировать тезис о том, что в гипертексте мощно действуют *центробежные* силы. Условность сказанного заключается в том, что здесь сложно говорить о *центре*. Точнее было бы назвать их дезинтегрирующими. Действие этих сил всё же не приводит к полной дезинтеграции (иначе мы бы не говорили о гипертексте), т. к. их противовесом выступают интегрирующие (или *центростремительные*) силы, а именно тематическое, топикальное единство различных текстов-узлов гипертекста, маркируемое с максимальной степенью эксплицитности (шрифт, цвет, специальные графические значки - всё то, что выделяет соответствующий фрагмент сообщения как гиперссылку).

Функциональная двойственность гиперссылок состоит в том, что они маркируют тематическое единство, следовательно интегрируют отдельные тексты в единое гипертекстовое целое, и они же служат дорожными указателями, зовущими читателя покинуть пределы одного текста и перейти в другой, где затронутая тема развивается в своём самостоятельном русле, однако со временем может сменить и это русло, переместившись с помощью очередной гиперссылки в следующий текст, и т. д. Таким образом, гиперссылки увлекают читателя всё дальше и дальше от текста, через который он "вошёл" в эту ветвящуюся структуру. При этом за читателем все время сохраняется полная свобода выбора: он может следовать за гиперссылками, а может игнорировать их, он может идти в последующий текст или возвращаться к предыдущему. Не случайно исследователи гипертекста подчеркивают его высокие интерактивные возможности [19, 65], которые появляются благодаря его

нелинейной организации, создающей "новые, 'поперечные' измерения в текстовом универсуме: стоит указать на снабженное гиперссылкой слово - и перед вами связанный с ним текст, первоначальный текстовый фрагмент при этом не исчезает, а лишь уходит на второй план" [3].

Каждый текст гипертекстовой парадигмы через систему ссылок вовлекается в бесконечно ветвящееся развитие темы. Читательская деятельность в формате гипертекста оказывается малопредсказуемой и ассоциативно-зависимой, но при этом потенциально безграничной в плане получения новой информации. Именно в этом заключается особенность такой парадигмальной организации текстов в коммуникативном универсуме.

Укажем ещё раз на структурированность коммуникативного пространства, на его отнюдь не хаотичный характер. Подчеркнём, что ни один текст не существует в этом пространстве изолированно. Входя в него, текст оказывается включенным в целый спектр парадигм: в жанровую, функционально-стилевую, (возможно, но не обязательно) в идиолектную, в этно-национально-культурную и кодово-специфицированную парадигмы.

В некоторых случаях текст может "обрасти" собственной, индивидуальной парадигмой, появляющейся как результат компрессионных, уменьшающих или, напротив, экспансионистских, расширяющих трансформаций. В первом случае наблюдаем подмножество, складывающееся из парадигм исходного текста и его сокращенных, реферативных, дайджестовых версий. Во втором случае наблюдаем подмножество мегатекстовых, макротекстовых и гипертекстовых парадигм.

Однако взгляд на эти текстовые парадигмы под иным углом зрения членит их на другие подмножества. Так, принимая во внимание факторы иерархичности структуры, наличия генетического ядра, возможности сепаратного функционирования текстов-членов парадигмы, получим два иных подмножества, а именно: гипертекст VS все остальные рассмотренные нами текстовые парадигмы. Делая такой вывод, поскольку только гипертекст есть абсолютно децентрированная, координативная структура, *все* члены которой являются совершенно самостоятельными текстами.

Завершая данный этап исследования, сформулируем перспективы дальнейшего развития предлагаемой здесь **концепции текстовой парадигмы**. Все проанализированные в работе текстовые парадигмы, кроме гипертекстовой, могут пересекаться друг с другом. Наличие генетически ядерного текста в каждой из них гипотетически допускает заполнение полного и исчерпывающего ряда текстовых парадигм: роман его адаптации; роман <-> его мегатекстовые упаковки; роман ↔ его включенность в макротекст (например, дилогию, наличие сиквелов). В этот ряд могут также входить парадигмы межъязыковых трансформаций: роман ↔ его иноязычные

переводы; инокодовых трансформаций: роман ↔ его экранизации / инсценировки. Этот ряд текстовых парадигм, нанизанных на единый генетический стержень, образует парадигму более высокого уровня. Мы предлагаем назвать её *культурной парадигмой литературного произведения*. Креативный лингвостилистический, композиционно-речевой и лингво-культурологический анализ этого феномена сулит интересные и научно валидные результаты.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А. Н. Введение в прикладную лингвистику. - М.: Едиториал УРСС, 2001.-360 с.
2. Воробйова О. П. Текстові категорії і фактор адресата. - К.: Вища школа, 1993.-200 с.
3. Емелин В. А. Глобальная сеть и киберкультура. - <http://www.emeline.parcod.ru/hypertext.htm/index>, html
4. История гипертекста. - <http://www.computer-museum.ru/histsott/hypertext>.
5. Колегаева И. М. Коммуникативная парадигма литературного произведения (культурологический аспект) // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського державного лінгвістичного університету. Лінгвапакс. - VIII. - Київ, 2000. - Вип. 3-В.-С. 547-551.
6. Колегаева И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации. - Одесса: РИООУП, 1991. - 120 с.
7. Колегаева И. М. Мегатекст як вияв комунікативної гетерогенності цілого завершеного тексту // Мовознавство. - 1996. - № 1. - С. 25 - 30
8. Купер И. Р. Гипертекст как способ коммуникации. - <http://www.nir.ru/socio/scipnb/sj/sj1-2-00kuper.html>
9. Кухаренко В. А. Интерпретация текста. -Л.: Просвещение, 1978. - 327 с.
10. Кухаренко В. А. Интерпретация текста. - Одесса: Латстар, 2002.-292 с.
11. Кухаренко В. А. Інтерпретація тексту. Навчальний посібник для студентів старших курсів. - Вінниця: Нова книга, 2004. - 272 с.
12. Кухаренко В. А. Практикум по интерпретации текста. - М.: Просвещение, 1987.- 176 с.
13. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. - М.: Смысл, 1992. - 287 с.
14. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. -М.: Искусство, 1970. -384 с.
15. Лукиянова Е. Ф. Мегатекст и образ читателя (исследование пяти вариантов издания романа И. Готорна "Алая буква" // Записки з романо-германської філології. - Вип.. 13.-Одеса: Фенікс, 2003.-С. 117-128.
16. Руднев В. П. Словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты. - М.: Аграф, 1992.-384 с.
17. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: монографическое учебное пособие. - К.: ЦУЛ Фитоцентр, 2002. - 336 с.
18. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологія енциклопедія. - Полтава: Довкілля-К, 2006. -716 с.
19. Хартурнг Ю., Брейдо Е. Гипертекст как объект лингвистического анализа // Вестник Московского университета. - Сер. 9: Филология. - 1996. - № 3. - С. 61-77.
20. Ayto J. Twentieth Century Words. - Oxford-N.-Y.: OUP, 1999. - 626 p.
21. The American I leritage College Dictionary. - Boston-N.-Y.: Houghton Mifflin Company, 1997.- 1630 p.