

ТРАНСФОРМАЦИЯ ЧИТАТЕЛЯ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ТЕКСТОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ

М. А. Симоненко

Астраханский государственный архитектурно-строительный университет

В статье текст рассматривается в парадигме интер- и гипертекстуальности, то есть как множество связанных между собой текстов, соотносимых с определенным концептом и формирующих целостный сверх- или гипертекст. Смена формата и носителей текстовой информации привела к трансформации читателя: изменились стратегии восприятия и осмысления информации, свобода выбора среди множества текстов позволила читателю самому создавать свой текст, конечный продукт интерпретации. Множественность смыслов, извлекаемых из гипертекста, стала нормой при работе с гипертекстом.

Ключевые слова: *текст, интертекст, гипертекст, связность, цельность, читатель, постмодернизм, гиперссылка, проекция текста, смысл.*

THE READER'S TRANSFORMATION WITHIN NEW TEXT REALITY

M. A. Simonenko

Astrakhan State University of Architecture and Civil Engineering

The paper considers the text within the paradigm of inter- and hypertextuality, i.e. as a number of interrelated texts, appealing to a certain concept and forming a coherent hypertext. Change of format and data carriers caused the Reader's transformation: strategies of perception and comprehension of information altered. Free choice among numerous text chunks in a hypertext enabled the Reader to create his own text that is a final product of individual interpretation. Multiplicity of senses, retrieved from a hypertext, is now a norm while dealing with a hypertext.

Keywords: *text, intertext, hypertext, coherency, cohesion, reader, postmodernism, hyperlink, text projection, sense.*

Достижения в области когнитивной науки, а именно моделирование сложных когнитивных процессов, структур знания, формулирование принципов и механизмов познания разных феноменов, открытия нейронауки подготовили почву для пересмотра сущности текста и его роли в процессах восприятия, присвоения и воспроизводства знания.

Сегодня, в период абсолютизации понятия текста («ничего не существует вне текста» [1, с. 342]), возникает естественный вопрос о возможности определения его границ. Единое, каноническое определение текста отсутствует; на сегодняшний момент насчитывается около 250 дефиниций [цит. по: 2, с. 23]. Согласно одному из часто цитируемых определений, текстом является «произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, ...имеющее определенную направленность и прагматическую установку» [3, с. 28]. Гораздо более широкое определение текста в семиотике – «под текстом понимается любое отдельное сообщение, отчлененность которого интуитивно ощущается с достаточной определенностью» [4, с. 17] – содержит, однако, тот же перечень обязательных текстуальных параметров: завершенность, структурное единообразие («текст обладает началом, концом и определенной внутренней организацией»), наличие границ, отделяющих один текст от другого и текст от не-текста. «Аморфное скопление знаков текстом не является», – подчеркивает Ю. М. Лотман [4, с. 17].

М. М. Бахтин был одним из первых исследователей, кто обратил внимание на полифоничность любого текста: «За каждым текстом стоит

система языка. В тексте ей соответствует всё повторенное и воспроизведенное и повторимое и воспроизводимое» [5, с. 299]. Согласно теории полифоничности, текст не существует изолированно, он всегда находится в диалоге с другими текстами и включен в широкий культурный контекст. Не используя термин «интертекст», М. М. Бахтин тем не менее заложил основы возникновения теории интертекстуальности, разработанной представителями западного постструктурализма.

Современный читатель погружен в множественные пересекающиеся информационные потоки; чтобы справиться с огромным объемом воспринимаемой информации, требуется определенная подготовка, техническая и психологическая. Симультанную множественность текстов ученые описывают посредством разных терминов, каждый из которых дает лишь частичное представление о том феномене, с которым мы сталкиваемся ежедневно, потребляя тексты в повседневной жизни и профессиональной деятельности.

Теория интертекстуальности положила начало новой научной парадигме, в соответствии с которой любой текст рассматривается в его связях с другими текстами. В научный обиход термин «интертекстуальность» был введен Ю. Кристевой, французской писательницей, философом и семиотиком: «Интертекстуальность – это текстуальная интеракция, которая происходит внутри отдельного текста. Для познающего субъекта интертекстуальность – это признак того способа, каким текст прочитывает историю и вписывается в нее» [6, с. 97]. В своих изысканиях Ю. Кристева опиралась на труды М. М. Бахтина, сформулировавшего принцип



«диалогичности» художественного текста, в соответствии с которым понять текст можно только при соотнесении его с другими текстами.

Р. Барт довел идею интертекстуальности до абсолюта, провозгласив, что другие тексты присутствуют в тексте «на различных уровнях в более или менее узнаваемых формах... Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат. Обрывки культурных кодов, формул, ритмических структур, социальных идиом и т. д. – все они воплощены текстом и перемешаны в нем» [7, с. 418]. Одним из способов реализации интертекстуальности является цитирование, апелляция автора к значимой для него литературной традиции. Также широко используются ссылки, аллюзии, реминисценции. Любое художественное произведение может быть метатекстом (текстом о тексте) либо прототекстом (базовым текстом, с опорой на который создается метатекст). Так, римейки, поучившие распространение в постмодернистской литературе, созданы на базе прецедентных прототекстов, например, «Анна Каренина» Л. Николаева, «Чайка» Б. Акунина, «Наш человек в футляре» В. Пьецуха.

Интертекст становится основным способом построения художественного текста в эстетике постмодернизма. Цитата перестает быть всего лишь формальной отсылкой к другому тексту, предлагающей дополнительную информацию, своего рода комментариев к тексту, «цитата становится залогом самовозрастания смысла текста» [цит. по: 8].

Л. Женни отмечает в качестве одной из важных характеристик интертекстуальности ее способность выводить текст из линейного пространства: «Свойство интертекстуальности – это введение нового способа чтения, который взрывает линейность текста. Каждая интертекстуальная отсылка – это место альтернативы: либо продолжать чтение, видя в ней лишь фрагмент, не отличающийся от других, ...или же вернуться к тексту-источнику, прибегая к своего рода интеллектуальному анамнезу, в котором интертекстуальная отсылка выступает как смещенный элемент» [цит. по: 8]. Позже эта мысль была подхвачена и развита в трудах по сверхтекстовым структурам.

В парадигме интертекстуальности читатель – это равноправный создатель текста. Интертекстуальные паттерны требуют от интерпретатора текста глубокого проникновения в его смысловую ткань, сотканную из фрагментов разных текстов; задача читателя – распознать эти закодированные сообщения и установить связи между ними с опорой на свой предшествующий опыт – культурный и языковой. Чтение текста напоминает путешествие по ла-

биринту: для ориентирования в пространстве многочисленных ходов и переходов читатель выстраивает собственную систему гибких интертекстуальных связей и в случае «ошибки ввода» возвращается в исходный пункт, а затем, задавая новые ориентиры, продолжает путь к выходу из текстового лабиринта, к своей конечной цели – постижению авторского смысла. Активная роль читателя предполагает вариативность интерпретаций, и именно множественность смыслов текста становится одним из главных постулатов теории интертекстуальности.

Разновидностями интертекстуальных отношений считаются гипертекстуальность, паратекстуальность, архитектстуальность и интекстуальность [9]. Как видим, сверхтекст из этой парадигмы исключен, однако представления о тексте в аспекте сверхтекстуальности весьма популярны среди отечественных исследователей текста. Методологической и теоретической основой для теории сверхтекста послужили положения о диалогичности слова и текста М. М. Бахтина, учение о семиосфере культуры Ю. М. Лотмана, теории интертекстуальности [5; 6], теория текста как семантического пространства [10]. В. Н. Топоров одним из первых применил термин «сверхтекст» к Петербургскому тексту художественной литературы, при этом под сверхтекстом автор мыслил множество самостоятельных, но тематически родственных текстов, объединенных образом Петербурга. В последнее время идеи В. Н. Топорова получили развитие в трудах, посвященных «локальному» сверхтексту – городскому, провинциальному [11; 12].

Н. Е. Меднис выделяет специфические характеристики сверхтекста, подчеркивая тем самым его отличия от интертекста и гипертекста. К системным признакам сверхтекста автор относит: 1) наличие тематически обозначенного центра, единого концепта сверхтекста (Рим для Римского текста, Петербург для Петербургского); 2) структурированность по типу «центр – периферия», наличие ядерных субтекстов, определяющих интерпретационный код; 3) синхронность (симультанность) восприятия сверхтекста, то есть одновременная активация в памяти нескольких субтекстов; 4) смысловая цельность сверхтекста; 5) общность художественного кода, то есть использование единого лексико-понятийного словаря, имен, фамилий, природных и культурных знаков в субтекстах одного сверхтекста [12].

Как замечает А. Г. Лошаков, «в сверхтексте проявляются системные свойства каждого из входящих в него текстов, причем в той или иной его составляющей – отдельном тексте,

субтексте, подтексте находят в той или иной мере отражение свойства целого – сверхтекста» [13, с. 17].

Таким образом, сверхтекст представляет собой сложную динамическую самоорганизующуюся систему интегрированных текстов, образующих целостное, но незамкнутое единство и имеющих общую внетекстовую ориентацию.

Информационная революция и массовое внедрение новых носителей информации обусловили возникновение нового текстового формата. Термин «гипертекст» был введен в научный обиход Теодором Нельсоном в 1965 г. и первоначально использовался только для описания электронной коммуникации; в основу гипертекста был положен принцип ассоциативного связывания массивов текстовой информации, размещенной на территориально удаленных друг от друга компьютерах. Гипертекст отличается от традиционного текста нелинейностью, фрагментарностью, незавершенностью: «это галактика означающих, а не структура означаемых» [14]. Гипертекст представляет собой децентрализованную систему, состоящую из множества фрагментов (textchunks), доступ к каждому из которых читатель осуществляет произвольно посредством гиперссылок (links). Невозможность выделения центра, ядра гипертекста, отсутствие иерархии между фрагментами гипертекста отличает его от сверхтекста [12].

Гипертекст является ключевым понятием в культуре постмодернизма. По мнению А. Г. Лошакова, «постмодернистская эпистема представляет собой разрозненные фрагменты Текста культуры, которые соединяются посредством монтажа или коллажа, поэтому в гипертексте видят средство, форму, которая позволяет придать культуре целостность, зафиксировать при помощи гибких связей-переходов ее ускользающие значения» [13, с. 19].

Со временем идея гипертекста распространилась и на другие, неэлектронные виды коммуникации. По мнению В. Л. Эпштейна, сегодня «гипертекстовая информационная модель, основанная на гипотезе о том, что переработка и генерация идей человеческим мозгом происходит ассоциативно, получает все большее признание в качестве структуры для эффективного представления и передачи знаний» [15]. Например, перенос принципов гипертекстуальности в область литературных произведений порождает феномен гипернарратива, для которого характерны структурные и семантические отклонения от прототипического нарратива [16, с. 203]. Гипертекстом можно считать Библию, композиционные составляющие которой («Книги») одновременно самостоятельны и взаимосвязаны. Разновидностями гипертекстовой

структуры можно считать разнообразные словари, энциклопедии, гипертекстовый формат имеет всякая библиотека (электронная или бумажная), составленная из различных текстов.

Многие авторы указывают на возможность описания разных знаковых сообщений через понятие гипертекста. С. И. Орехов различает два вида гипертекста – информационно-логический (Гипертекст 1) и ассоциативный (Гипертекст 2). Гипертекст 1 основан на «многовариантных физическо-информационно-логических взаимосвязях и переходах между фрагментами этого текста», то есть принадлежит компьютерному дискурсу; Гипертекст 2 базируется «на системе ассоциативного механизма, позволяющего устанавливать связь не на физическом, а на смысловом уровне», следовательно, функционирует в культуре в целом [17]. Н. А. Шехтман также акцентирует внимание не на типе носителя гипертекста, а на принципе его организации: «гипертекст интегрирует непересекающиеся информационные ресурсы, между которыми при необходимости могут быть установлены перекрестные ссылки... гипертекст предполагает гибкие стратегии выбора из широкого и нестабильного круга меняющихся возможностей» [18, с. 13].

К системообразующим свойствам любого текста относятся связность и цельность. Связность текста проявляется на поверхностном уровне, где реализуется при помощи различных лексических и синтаксических средств связи, цельность текста охватывает его глубинную, содержательную сторону. Наличие связности и цельности в сверхтекстовых образованиях является предметом научной дискуссии.

Исследовательские процедуры, применимые для выявления средств связности в отдельном тексте, не могут быть релевантны для сверхтекста и гипертекста с их дисперсной структурой – в этом случае связность приобретает совсем иную реализацию. В гипертексте способы фиксации связей между отдельными блоками редуцируются до лексических и грамматических повторов, которые преимущественно содержатся в заголовках, подзаголовках или гиперссылках смежного узла – в результате «возникает многомерная сеть перекрестных цепочек повторяющихся комплексов, формирующих в итоге тематическую сеть гипертекста» [19, с. 51]. Гиперссылка в электронном гипертексте устанавливает внутритекстовые связи, активируя текстовый фрагмент смежного узла, в котором текст, содержащийся в актуальном узле, получает дальнейшее развертывание в сторону углубления или расширения. Традиционной является точка зрения, что если гипертекстуальные связи – это связи зримые, обозначенные, приведенные в определенную систему, то для интер-



текстуальных связей эксплицированность является факультативным признаком [13, с. 18].

Гипертекст в нашем понимании – это неограниченное множество разноформатных и разножанровых текстов, объединенных в семантическую сеть узлами связей и вследствие этого характеризующихся особым рода цельностью, формируемой за счет эксплицитно или имплицитно выраженных средств связи – гиперссылок. Следует уточнить, что форма гипертекста (это может быть электронный или иной формат) для нас вторична по отношению к его системным характеристикам.

Гипертекст характеризуется нелинейностью прочтения, фрагментарностью, открытостью, интерактивностью, мультимедийностью. Названные характеристики как нельзя лучше отвечают потребностям современного читателя. По мнению Н. А. Шехтмана, «гипертекст – это путь к интеллектуальному богатству, многовариантности понимания, вплоть до существенно отличных интерпретаций одного и того же текста» [18, с. 14]. Идея многовариантности понимания, разработанная теоретиками интертекстуальности, максимально реализована именно в гипертексте – имея дело с гипертекстом, читатель получает неограниченную свободу, поскольку сам выбирает число информационных ресурсов и определяет степень погружения в текст, тем самым конструирует для себя свой текст, который может быть недостаточным для одного и перегруженным для другого.

Очевидно, что трансформация текста, переход от изолированного текста к сверх- и гипертекстовым форматам структурирования знаний неизбежно повлияли на личность читателя. Антропоцентризм, ставший ведущей научной парадигмой в XX в., избрал своим главным объектом человека мыслящего, а когнитивная лингвистика (КЛ), взявшая за основу идеи антропоцентризма, в центр внимания ставит человека читающего – *homo legens*, продуцента и реципиента текстов. С каждым новым этапом развития КЛ понятие о *homo legens* расширялось и систематизировалось и наиболее полно отразилось в термине «языковая личность» (ЯЛ): «Языковая личность – носитель того или иного языка, охарактеризованный на основе анализа произведенных им текстов: а) как индивидуум и автор этих текстов со своим характером, интересами, социальными и психологическими представлениями и установками; б) как представитель данной языковой общности и более узкого входящего в нее речевого коллектива, совокупный или усредненный носитель данного языка; в) как представитель вида *homo sapiens* (человек разумный), неотъемлемым свойством которого

является использование знаковых систем и прежде всего естественного языка» [20, с. 104].

Читатель из пассивного потребителя текстов превратился в активного соавтора, интерпретатора исходных авторских смыслов, а когнитивная наука сосредоточилась на исследовании свойств когниции, специфике человеческого познания. С позиции когнитивной науки и в ракурсе отношений интеракции «автор – текст – читатель» читатель – это активный потребитель текстов, одновременно выступающий в разных ролях – реципиента и продуцента, создающего собственные смыслы на основе исходного авторского текста.

В процессах восприятия основополагающее значение играют категории связности (когезия) и цельности (когерентность) текста. Следует подчеркнуть, что эти категории приобретают дополнительные смыслы, когда речь идет о гипертексте. Связность в гипертексте проявляется в его поверхностной структуре и обеспечивается разными средствами – это могут быть гиперссылки в электронном документе либо вербальные средства связи – цитаты, аллюзии, прецедентные феномены, разные типы повторов. Цельность свойственна глубинной структуре текста, она отражает его внутреннюю смысловую организацию: «цельность не обязательно эксплицируется в языковых категориях, но всегда осознается при восприятии текста», «тот текст целостен, который воспринимается как осмысленное целесообразное единство» [21, с. 19]. В силу нелинейности гипертекста цельность такой структуры формируется особым образом.

В процессе актуального восприятия гипертекста нелинейность текста коррелирует с нелинейностью механизмов восприятия, что обуславливает специфику понимания и интерпретации гипертекста. Поскольку гипертекст расфокусирован в пространстве, основой его смысловой цельности может служить категория семантической иерархии, которая реализуется через систему связей, упорядочивающих сюжетно-тематический поток гипертекста [22, с. 75]. Ориентирование в текстовых массивах, сведение множества значений воедино и, как следствие, формирование цельности сюжетно-тематического потока гипертекста всегда осуществляет читатель-интерпретатор, всякий раз опираясь на индивидуальный когнитивный, перцептивный и аффективный опыт.

В условиях информационной перенасыщенности мы вынуждены воспринимать и потреблять огромное количество разных текстов. Быстрая смена знаков, разноформатность текстов, необходимость постоянно переключаться

с одного семиотического кода на другой – все названные проблемы заставляют переформатировать наш понятийный аппарат, адаптировать его к новым условиям взаимодействия с текстами. Однако существуют приемы, способные облегчить задачу ориентации в этом «океане текстов», который сегодня терминологически обозначается словом «гипертекст».

Предложения, высказанные психолингвистами относительно вербальных текстов, опираются на экспериментальные данные психологии речи и учитывают результаты, полученные в рамках общего языкознания и лингвистики текста. Определение текста в психолингвистике подчеркивает постоянное взаимодействие двух энергий – энергии автора и читателя: «текст – живое пульсирующее пространство, в котором пересекаются смыслы, заложенные автором при создании текста, и смыслы, рождающиеся в голове читателя в процессе понимания и интерпретации текста» [23, с. 326]. Взаимодействие с текстом – это всегда творческий процесс, требующий от читателя мотивации и сосредоточенной работы мысли.

Сделать такое взаимодействие продуктивным призваны некоторые приемы работы с текстом, которые можно охарактеризовать как техники обработки текстового целого с целью облегчить и ускорить доступ к смыслу текста. Речь идет, в частности, о прогнозировании содержания текста по заголовку и ключевым словам и о компрессии смысла текста. Данные техники широко используются в экспериментальной лингвистике при исследовании восприятия и понимания текстов. Заголовок можно рассматривать как опору формирования первичной проекции текста, как средство, позволяющее спрогнозировать его содержание. Предтекстовая часть уточняет смысл заголовка и акцентирует обсуждаемую в тексте проблематику. Ключевые слова служат средством реализации того, что намечает заголовок.

Существуют специальные методики выделения набора ключевых слов в тексте с применением денотативного анализа и направленного ассоциативного эксперимента. Но даже если читатель не владеет названными методиками, можно выявить набор ключевых слов исходя из знаний композиционной структуры текста и способов словообразования. Метод осмысления текста с опорой на ключевые слова применим как в отношении текстов на родном языке, так и для иноязычных текстов.

Выделение набора ключевых слов напрямую связано еще с одним психолингвистическим аспектом функционирования текстов – с возможностью свертывания текста, его сжатия, сведения к ядерной формуле в виде исходного пред-

ложения [24]. Итак, работа с любым текстом может и должна быть организована определенным образом.

На базе лаборатории социально-психологических исследований Астраханского государственного архитектурно-строительного университета мы организуем исследования разных аспектов функционирования профессиональных текстов [25; 26]. Проводятся экспериментальные исследования роли метафоры в понимании архитектурных текстов, изучается специфика восприятия и понимания пространственных текстов архитектуры и функционирование особых текстослов – астионимов – в языковом сознании горожан.

В условиях новой текстовой реальности, когда основной формой презентации информации становится гипертекст, особые требования предъявляются к современному *homo legens*: читателю сегодня приходится адаптировать свой понятийный аппарат к восприятию, переработке, хранению и воспроизводству больших объемов текстовой информации. Сетевая организация гипертекста неизбежно влияет на специфику восприятия и обработки поступающей информации: работа с гипертекстом предусматривает умение быстро переключаться с одного кода (языкового, культурного, семиотического) на другой, способность генерировать новые когнитивные стратегии обработки поликодовых и разноформатных сообщений, которые поступают одновременно и по разным каналам восприятия. Необходимость усваивать большие объемы разнородной информации трансформирует алгоритмы мышления: аналитические формы, требующие больших затрат времени, уступают место поисковому типу мышления, а функции, ранее закрепленные за механизмами памяти, теперь переходят к разного рода техническим средствам.

Н. А. Шехтман уподобляет работу с гипертекстом феномену зэппинга (англ. *zapping* – сознательное переключение на другой канал во время рекламной паузы в просматриваемой телепрограмме). По мнению автора, телевизионный пульт, так же как и компьютерная мышка, служат способами преодоления механического восприятия: «телезритель (читатель), зная, что видеоряд поддается любой трансформации, не хочет быть пассивным наблюдателем» [18, с. 15], итоговое изображение (текст) монтируется самим субъектом восприятия. В новой текстовой реальности «зэппинг становится характеристикой языковой личности. Он противопоставлен герменевтике, которая истолковывает сказанное другими, тогда как зэппинг сам «сказывает» предмет истолкования» [18, с. 15].



Таким образом, сегодня, когда гипертекст является доминирующей формой трансляции знаний, читатель оказывается постоянно включенным в окружающие его информационные потоки, от чего испытывает значительные психологические и эмоциональные нагрузки. Оче-

видно поэтому, что одной из приоритетных задач современного образования становится подготовка юных читателей к активному и продуктивному взаимодействию с текстом, который сегодня встречается преимущественно в форме сверхтекстовых структур.

Список литературы

1. Derrida J. Of grammatology / Translated by G. C. Spivak. Baltimore : John Hopkins University Press, 1997. 410 p.
2. Кузьмина Н. А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка. М. : ЛИБРОКОМ, 2009. 272 с.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М. : КомКнига, 2007. 144 с.
4. Лотман Ю. М. Статьи по семиотике культуры и искусства. СПб. : Академический проект, 2002. 544 с.
5. Бахтин М. М. Проблема текста в лингвистике, филологии и других гуманитарных науках. Опыт философского анализа // Эстетика словесного творчества. М., 1979. С. 281–307.
6. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Вестник Московского университета. Сер. 9. Филология. 1995. № 1. С. 97–124.
7. Барт Р. Избранные труды. Семиотика. Поэтика / сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. М. : Прогресс, 1989. 616 с.
8. Руднев В. П. Словарь культуры XX века. М. : Аграф, 1997. 384 с.
9. Olizko N. S. Postmodern literary discourse as linguosynergetic system // Russian Linguistic Bulletin. 2015. № 1 (1). P. 28–29.
10. Топоров В. Н. Петербургский текст русской литературы: Избранные труды. СПб. : Искусство-СПб, 2003. 616 с.
11. Абашев В. В. Пермь как текст. Пермь в русской культуре и литературе XX века. Пермь : Изд-во Пермского ун-та, 2000. 404 с.
12. Меднис Н. Е. Сверхтексты в русской литературе. Новосибирск : НГПУ, 2003. 169 с.
13. Лошакова А. Г. Сверхтекст: семантика, прагматика, типология : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Киров, 2008. 50 с.
14. Landow G. P. Hypertext: the convergence of contemporary critical theory and technology. Baltimore : John Hopkins University Press, 1992. URL: <http://proteus.fau.edu/practicum/texts/landow1.pdf>
15. Эпштейн В. Л. Введение в гипертекст и гипертекстовые системы. URL: <http://www.ipu.rssi.ru/publ/epstn.htm>
16. Андреева К. А., Чувильская Е. А. Литературный гипернarrativ как форма выражения нелинейности смысла // Вестник Тюменского государственного университета. 2009. № 1. С. 202–209.
17. Орехов С. И. Гипертекстовый способ организации виртуальной реальности // Вестник Омского государственного педагогического университета : электронный научный журнал. 2006. URL: <http://www.omsk.edu/article/vestnik-omgpu-21.pdf>
18. Шехтман Н. А. От повествования к гипертексту и нарративу : монография. Оренбург : Изд-во ОГПУ, 2014. 148 с.
19. Клочкова Е. С. Повтор как средство создания референциальной структуры гипертекста // Вестник Самарского государственного университета. 2008. № 4 (63). С. 46–54.
20. Культура русской речи: Энциклопедический словарь-справочник. М. : Флинта : Наука, 2003. 840 с.
21. Леонтьев А. А. Высказывание как предмет лингвистики, психолингвистики и теории коммуникации // Синтаксис текста. М. : МГУ, 1979. С. 18–36.
22. Рязанцева Т. И. Гипертекст и электронная коммуникация. М. : ЛКИ, 2010. 256 с.
23. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст: Избранные труды. М. : Гнозис, 2005. 543 с.
24. Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики : учеб. пособие. М. : Лабиринт, 2008. 320 с.
25. Симоненко М. А. Городской текст глазами горожан // Теория языка и межкультурная коммуникация : научный журнал. 2011. № 1 (9). URL: <http://tl-ic.kursksu.ru/pdf/009-14.pdf>
26. Регион: пространство смыслов и содержание : коллективная монография. Волгоград : Волгоградское науч. изд-во, 2013. 294 с.

© М. А. Симоненко

Ссылка для цитирования:

Симоненко М. А. Трансформация читателя в условиях новой текстовой реальности // Социально-гуманитарный вестник Прикаспия : научный журнал / Астраханский государственный архитектурно-строительный университет. Астрахань : ГАОУ АО ВО «АГАСУ», 2016. № 2 (5). С. 35–40.

УДК 316.723

ЭЛЕКТРОННАЯ КУЛЬТУРА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ РЕГИОНА: К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

С. В. Каргаполов

Волгоградский государственный университет

В статье обосновывается необходимость социологического анализа электронной культуры студенческой молодежи региона на примере студенчества технических вузов.

Ключевые слова: электронные технологии, электронная культура, молодежь, студенчество, регион.

E-CULTURE OF STUDENTS IN THE REGION: THE ISSUE OF DEMAND FOR SOCIOLOGICAL ANALYSIS

S. V. Kargaplov

Volgograd State University

The paper gives grounds for electronic culture sociological analysis. The target group is made up of technical students, the residents of the region.

Keywords: e-technology, e-culture, youth, student, region.