Бирюкова Татьяна Алексеевна, аспирантка кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: dominicata@mail.ru

ГИПЕРТЕКСТОВАЯ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛИСТИКА: ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ЭЛЕКТРОННОГО ЖУРНАЛА FEED)

Данная статья посвящена истории появления гипертекстовой электронной журналистики в США в 90-х годах XX века. В качестве рассматриваемого материала выбраны статьи из электронного журнала FEED, авторы которого активно экспериментировали с формой гипертекста. Выявлены две основные структуры данной формы в журнале: сетевая и осевая. Показано, что осевой гипертекст оказался более приспособленным к требованиям журналистики и получил дальнейшее развитие.

Ключевые слова: *гипертекст, сетевой гипертекст, осевой гипертекст, онлайн-журналистика, новые медиа.*

Tatiana A. Biryukova, PhD student at the Chair of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: dominicata@mail.ru

ORIGIN OF HYPERTEXT ONLINE JOURNALISM: A CASE STUDY OF THE FEED MAGAZINE

The article examines the origin of hypertext journalism in the USA. The 1990s were not only a time of the dot.com boom but also a time of the hypertext theory boom. Branching nonlinear text with hyperlinks, which was initially described by Ted Nelson, seemed to be more appropriate for the computer era than a linear text. It is no wonder that the hypertext theory had an impact on the journalistic theory: in the 1990s there were plenty of theoretical articles, which acclaimed a range of advantages of hypertext over print journalism. The turning point in the development of hypertext journalism came in 1995, when one of the first online magazines, FEED, was founded in New York. The authors of FEED put into practice many of the web-specific features that were described by hypertext theorists. Experiments with the interface, hyperlinks and forms of narrative were in the foreground. The article presents the results of an analysis of experimenting with hypertext in the FEED magazine, which allow to look very differently at hypertext itself as well as at its potential for journalism.

Key words: *hypertext, network hypertext, axial hypertext, online journalism, new media.*

Введение

История понятия гипертекст начинается в 1960-х гг. Тогда американский первооткрыватель в области электронных технологий Теодор Нельсон впервые предложил этот термин, описав его следующим образом: «Гипертекст — это комбинация естественного языка с компьютерными возможностями... Или, более широко, гипертекст — это общее обозначение для любого текста, который не может быть напечатан ... на обычной бумажной странице или использован в полной мере будучи заключенным в переплет. Близкое ему понятие – "нелинейный текст"» (Nelson, 1967: 195). Позже в книге Literary Machines Нельсон уточняет свое определение: «Под гипертекстом я подразумеваю нелинейное повествование – текст, который ветвится, оставляя читателю выбор, и который лучше всего читать на интерактивном экране...Цепь текстовых фрагментов, соединенных между собой ссылками, которые предлагают читателю разные маршруты чтения» (Nelson, 1987: 0/2). На конец 1980 – начало 1990 гг. приходится немало попыток реализовать идеи гипертекста на практике, в числе которых и проект Ксанаду (Xanadu) самого Т. Нельсона (не законченный до сих пор), и разработанная компанией Apple программа HyperCard, и, наконец, Всемирная паутина (World Wide Web), представленная в 1991 г. Тимом Бернерсом-Ли.

Отметим, что параллельно экспериментам с гипертекстом как компьютерной платформой в литературе начинаются активные эксперименты с гипертекстом как новой художественной формой. Так, в 1987 г. американский писатель Майкл Джойс предлагает читателям первый в истории литературы электронный роман, он же – первый в истории художественный гипертекст. «Полдень» был отправной точкой, за которой последовал настоящий гипертекстовый бум. Многие писатели начинают экспериментировать с новой формой, создавая электронные романы[1].

От практики не отстает (скорее, даже опережает ее) и теория. В 90-е гг. выпущены десятки монографий о гипертексте[2]. Гипертекст становится своего рода символом компьютерной эпохи, открывающей новый способ чтения и создания текстов. «Мы находимся в конце печатной эпохи; время книг закончилось. Книга – невразумительное удовольствие, вроде оперы или сигар», — заявляет М. Джойс[3].

«Гипертекстовый бум» не мог не затронуть и журналистику, которая в 90-е гг. активно начинает осваивать компьютерную пло-

щадку: если в 1996 г. 300 изданий были доступны онлайн[4], то в 2001 г. их было более 12 тысяч[5]. Стивен Джонсон, один из основателей электронного журнала *FEED*, позже описал этот период следующим образом: «Всемирная паутина казалась логическим продолжением этого тренда: глобальной средой для гипертекста. Вскоре все мы будем бродить на наших настольных компьютерах по тщательно разработанным текстовым пространствам, собирая наш собственный уникальный текст при помощи кликанья мышкой. Журналисты будут публиковать материалы в трехмерном формате — ряд возможных комбинаций вместо целостного текста. Ссылки подорвут наши представления о традиционном повествовании...» (Johnson,1997: 127–128).

Цель данной статьи — анализ развития художественного гипертекста в американской журналистике в период становления в 1990-е гг. онлайн-СМИ. В качестве рассматриваемого примера нами выбран журнал *FEED* (1995–2001) — одно из первых электронных изданий, не имевших печатного аналога.

Гипертекст в журналистике

Среди самых значимых исследований, посвященных гипертексту, стоит отметить книги «*Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*» Джорджа П. Лэндоу и «*Writing Space*» Джея Д. Болтера. Обе монографии появились в самом начале 90-х гг. и были признаны впоследствии «классикой» теории гипертекста. И Лэндоу и Болтер говорят о принципиальной невозможности переноса гипертекста на бумажную страницу и называют главной его отличительной чертой — гиперссылки. Исследователи подчеркивают, что именно гиперссылки позволили коренным образом изменить принцип чтения художественного произведения, предоставив читателю возможность выбирать, каким именно путем двигаться по тексту. Но монографии Лэндоу и Болтера основывались на едва ли не единственном доступном тогда гипертекстовом материале — электронной литературе (это справедливо и по отношению к другим исследованиям гипертекста того времени, в частности к монографиям «*The Gutenberg Elegies*» С. Биркертса, «*Of Two Minds*» М.Джойса, «*Hamlet on the Holodeck*» Дж. Муррей и т.д.).

Первая статья о гипертексте в журналистике — «*Rethinking the News Story for the Internet: Hyperstory Prototypes and a Model of the User*» — появилась в 1997 г. Ее автор, профессор университета Огайо Эрик

Фредин, описывает, как может измениться новостная журналистика, если в ней будет использован гипертекст, который, по мнению исследователя, имеет ряд преимуществ по сравнению с обычным печатным текстом. Фредин предлагает подробное описание того, как должен выглядеть такой гипертекстовый материал. Статья журналиста разворачивается по принципу «*a little, then a lot*». Она разделена на многочисленные текстовые блоки, соединенные между собой системой ссылок. Основной текст представляет собой заголовок и выдержку самых важных фактов. Все остальное должно скрываться за ссылками. «Гипермедийный новостной материал — это сеть компьютерных файлов, связанных системой ссылок. Журналист конструирует эту сеть, которую можно назвать метаисторией. Ссылки позволяют читателю делать выбор, чаще всего они обозначены в виде заголовков или комментариев. Когда читатель нажимает на заголовок, на экране появляется текстовый фрагмент. В результате, читатель конструирует собственную статью в зависимости от сделанного им выбора» (Fredin,1997: 2). Таким образом, как и в случае с электронной литературой, возможность выбора позволяет читателю создавать свой собственный ход повествования, то есть стать своего рода соавтором писателя (или журналиста).

Идеи Фредина получили дальнейшее развитие в статье «*Hypertext*» М. Макадамс и С. Бергер (2001). Ее авторы предлагают подробное описание того, как должна выглядеть гипертекстовая статья, которая, по их мнению, «лучше подходит для выстраивания некоторых документальных материалов» (McAdams, Berger, 2001). Как и Фредин, Макадамс и Бергер подчеркивают уникальные преимущества журналистики будущего, которая благодаря гипертексту должна стать более объективной: «В линейной истории (то есть в печатной традиции) читатели видят сначала то, что журналист считает наиболее важным. В продуманном гипертексте читатели сразу же выбирают, что наиболее важно для них. Они тратят меньше времени на отсеивание фактов, профильтрованных автором» (McAdams, Berger, 2001).

Существенную роль на исследование гипертекста в журналистике оказало также исследование Мартина Энгебретсена, предложившего классификацию разных типов журналистского гипертекста в статье *«Hypernews and Coherence»* (Engebretsen, 2000). Энгебретсен выделяет два основных типа гипертекстовой структуры: аксиальную (то есть осевую) и сетевую. Аксиальная (осевая) структура имеет стержневой текст, который формирует последовательность чте-

ния и содержит ссылки на текстовые фрагменты с дополнительной информацией. Главное отличие сетевого гипертекста кроется в отсутствии подобного стержневого текста. Отметим, что М. Энгебретсен, обосновывая свою классификацию, опирался на работы Дж. П. Лэндоу (который, в свою очередь, видел корни гипертекстовой теории в работах Р. Барта, Ж. Деррида, М. Фуко, Ж. Делёза, Ф. Гваттари и связывал гипертекст с понятием «ризома»).

Подчеркнем, что исследования вышеназванных авторов основывались на изучении потенциала гипертекстовой журналистики, а не на анализе конкретных примеров электронных изданий. В работах же авторов, изучавших развитие онлайн-СМИ, отмечается, что, несмотря на все преимущества гипертекста, линейный текст остается превалирующей формой в онлайн-изданиях. Так, например, в исследовании Ван дер Вурфа и Лауфа, которое охватило 72 европейские онлайн-газеты, авторы приходят к выводу, что гиперссылки — менее всего развитая «интернет-черта» (Van der Wurff, Lauf, 2005: 37).

По большей части авторы связывают нежелание журналистов обращаться к гипертексту с тем, что большинство статей, публикуемых в онлайн-СМИ, изначально создавались для печатных вариантов этих же изданий (то есть онлайн-издание представляет собой точную копию печатной версии).

Выбор нами для исследования гипертекста в журналистике журнала *FEED* обусловлен тем, что *FEED* создавался исключительно как онлайн-издание и не имел печатного аналога, что позволяло его авторам экспериментировать с новой площадкой.

Журналистика первопроходцев

Журнал *FEED* был основан в Нью-Йорке в 1995 г. По задумке его создателей (Стефани Симан и Стивена Джонсона) *FEED* должен был предлагать качественный контент (основная тематика журнала — развитие технологий, наука, искусство, политика и т.д.), но в несколько иной — инновационной — форме подачи материала. Журнал *FEED* воплощал на практике то, о чем писали теоретики гипертекста (в частности, Фредин, Лэндоу, Болтер и т.д.): эксперименты с интерфейсом, гиперссылками и формой повествования были на первом плане. Стивен Джонсон впоследствии писал: «Это была журналистика первопроходцев, и мы полагали, что другие веб-публикации в скором времени станут перенимать подобный тип журналистского повествования» (Johnson, 1997: 129).

Впрочем, несмотря на признание журнала (*FEED* получил репутацию независимого электронного издания с качественным контентом), его аудитория оставалась небольшой. К 2000 г. Стивен Джонсон говорил о том, что журнал просматривает приблизительно миллион человек в месяц[6].

Изначально страница журнала *FEED* обновлялась дважды в месяц, чуть позже была попытка обновлять контент ежедневно, но это оказалось не под силу небольшому штату издания. Максимальное количество сотрудников журнала не превышало 8 человек, что позволяло выживать без огромного бюджета. Но даже несмотря на жесткую экономию, финансовые трудности постоянно преследовали журнал. В итоге в 2001 г. после неудавшейся попытки объединения с проектами Plastic и Suck *FEED* закрывается.

Отметим, что примерно в это же время сворачиваются почти все интернет-СМИ, не имевшие печатных аналогов. На смену энтузиазму 90-х гг. приходит время так называемого «упадка dot. com». Стало понятно, что на голом энтузиазме невозможно делать качественную журналистику даже в Интернете. Почти за 6 лет своего существования журнал *FEED* не принес прибыли.

Несмотря на то, что журнал *FEED* не состоялся финансово, эксперименты с гипертекстом, проводившиеся его авторами на протяжении 6 лет, остаются интересными для изучения.

В данной статье используются методы и приемы контентного анализа статей журнала *FEED*. Так как журнал закрылся в 2001 г., мы обратились к архивам его номеров с 1995 по 2001 гг., сделанных на веб-сервисе *The Wayback Machine*. В каждом номере мы искали материалы, отвечающие основным принципам гипертекста. Для этого нами были сформированы следующие критерии:

- наличие ссылок (внутритекстовых, межтекстовых и внешних),
- наличие разных текстов в рамке одной статьи (комментарии на полях, дополнительные текстовые окна и т.д.), а также наличие аудио- и видеофайлов,
- наличие элементов интерактивности (размещение читательских комментариев на отдельной странице, в конце статьи, на полях),
- наличие элементов гипертекстового дизайна и инструментов для навигации, таких как карты, схемы, рисунки, позволяющие ориентироваться в рамках статьи.

Данные критерии позволили классифицировать статьи журнала по типу повествования. В итоге нами были отобраны и впоследствии проанализированы 30 статей, которые в наибольшей степени удовлетворяли принципам гипертекста.

Гипертекст сетевой и осевой

Отметим, что создатели журнала *FEED*, несомненно, находились под влиянием американской электронной литературы. Именно в ней изначально появились две разные формы гипертекста, а именно сетевой и осевой.

Классическим примером *сетевого гипертекста* может служить роман Майкла Джойса «Полдень». Он состоит из 539 текстовых фрагментов, которые соединены между собой при помощи 905 ссылок. Практически каждый фрагмент предлагает читателю выбор из нескольких дальнейших путей чтения. Возьмем, к примеру, небольшой текстовый фрагмент, состоящий из одного предложения: «I want to say I may have seen my son die this morning». Если читателя больше всего заинтересует слово «son» — он попадет на один текстовый фрагмент, если же он изберет слово «die» — то отправится совсем другим путем, если же нажмет на «want» — его ждет третья дорога. Таким образом, у каждого читателя, в зависимости от того, какие ссылки он будет выбирать в каждом текстовом блоке, сложится своя последовательность повествования. На рисунке ниже можно увидеть схематичную структуру сетевого гипертекста (рис. 1).

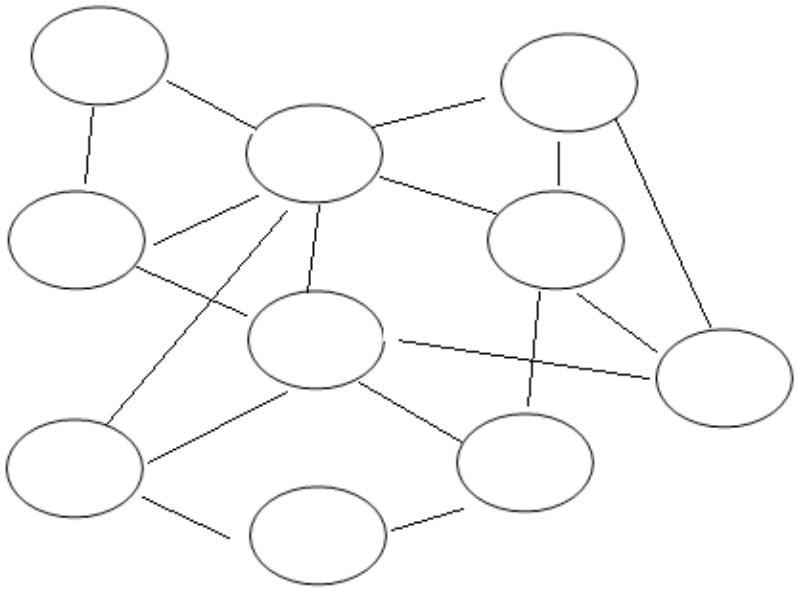


Рисунок 1. Схематичное изображение сетевого гипертекста

Примером *аксиального гипертекста* может служить электронная версия «Улисса», которую пытался создать М. Гроден[7]. Взяв за основу роман Джеймса Джойса, он линейно размещает текст на странице (здесь есть классические начало, середина и конец), но при этом текст Дж. Джойса М. Гроден снабжает большим количеством дополнительных комментариев. Чтобы не перегружать читателя дополнительной информацией (планировалось дополнить текст пятью тысячами страниц комментариев), Гроден предложил 5-ступенчатую систему ссылок. На экране читатель видел только текст Дж. Джойса. Если он хотел узнать больше, то нажимал на слово-ссылку. Открывался первый комментарий, содержащий самую поверхностную информацию (переводы, толкования слов, факты и т.д.), если читатель нуждался в более глубокой информации, от первого комментария он мог перейти к более глубокому второму, еще более глубокому третьему и т.д. Ниже представлена схема осевого гипертекста (рис. 2).

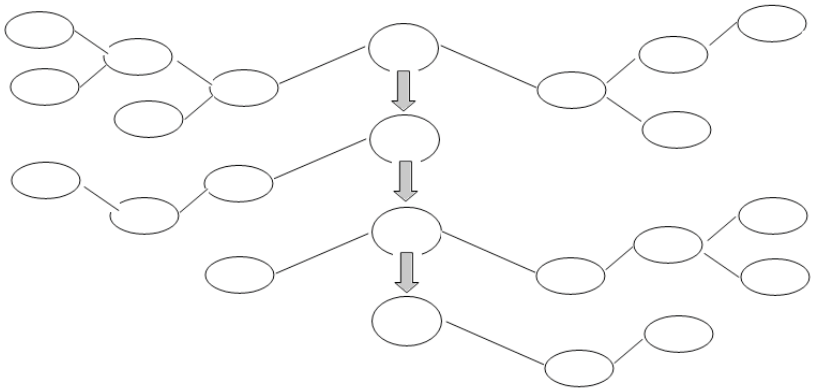


Рисунок 2. Схематичное изображение осевого гипертекста

Таким образом, если в сетевом гипертексте читатель словно бродит по лабиринту из текстовых фрагментов, то в гипертексте осевом он лишь временно удаляется от центрального текста и затем снова возвращается к нему.

Использование сетевого гипертекста в журнале *FEED*

В журнале *FEED* мы находим примеры как осевого, так и сетевого гипертекстов. Одним из примеров последнего может служить статья *Murder by Numbers* (август 1996).

По жанровой принадлежности данный материал можно отнести к публицистическому очерку. Автор статьи — Марк Зельтцер — рассуждает на тему создания в обществе образа серийного убийцы. Но вместо линейного повествования он предлагает читателям статью-лабиринт. За несколькими вводными абзацами следует инструкция для дальнейшего чтения (обязательный элемент в гипертекстовой литературе). В ней читаем: «То, что написано далее, напоминает скорее не столько очерк, посвящённый теме серийных убийц, сколько мозаику из впечатлений, дополненную гипертекстовыми ссылками, которые вместе проливают свет на этот феномен. Мы приглашаем вас начать с любой из 9 частей, обозначенных ниже, и прочитать их в любом порядке. Выделенные красным внутренние ссылки или навигационные инструменты внизу каждой страницы помогут перемещаться с одного фрагмента на другой. Мы будем рады вашим комментариям к этим фрагментам...»[8].

В общей сложности текст статьи состоит вместе со вступлением из 10 фрагментов, которые соединены между собой при помощи 46 ссылок. Помимо внутритекстовых ссылок в статье присутствуют также межтекстовые (на другие статьи подобной же тематики из журнала *FEED*) и внешние ссылки, которые уводят читателя на другие интернет-сайты, упоминаемые в статье или связанные с ее тематикой.

Рассмотрим в качестве примера фрагмент под номером 6, который имеет тот же заголовок, что и сама статья, — *Murder by Numbers*. Фрагмент содержит 4 текстовых абзаца и предоставляет читателю 11 вариантов дальнейшего чтения: остаться ли в рамках статьи, перейти к другим статьям или отправиться по внешним ссылкам на другие сайты (в частности, в данном фрагменте есть ссылка на сайт, где опубликован манифест Унабомбера, о котором упоминается в отрывке). В зависимости от выбора читателя будет варьироваться глубина его погружения в материал: он может либо просто прочитать статью, либо изучить еще и источники, либо познакомиться также с другими публикациями на данную тему (рис. 3).

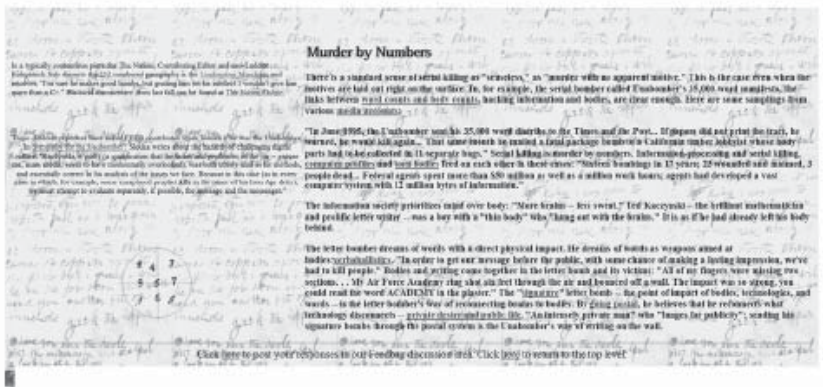


Рисунок 3. Скриншот фрагмента № 6 статьи Murder by Numbers

Таблица 1

Нелинейность	Да
Выбор путей чтения	Многочисленные варианты путей чтения
Интерактивность	Читатель активно изучает текст, выбирает последовательность чтения, может оставлять свои комментарии под каждым из 9 фрагментов
Фрагментарность	10 фрагментов (со вступлением). Каждый не превышает экранную страницу и тоже состоит их фрагментов. Экран делится на две половины. В одной из них - основной текст статьи, вторая половина экрана представляет собой заметки на полях - размышления, как правило, уводящие в сторону от основной темы фрагмента
Ссылки	Присутствуют все типы ссылок: - 46 внутритекстовых ссылок, которые соединяют разными маршрутами все 9 частей гипертекста - 3 межтекстовые ссылки на другие статьи в *FEED* по той же теме - 10 внешних ссылок на другие сайты, связанные с темой статьи
Мультимодальность	Есть иллюстрации и интерактивная графика
Пространственная форма	Текст фрагментарен. Нет хронологии
Отсутствие окончания	Можно читать 9 фрагментов в любой последовательности.

Так как статья представляет собой не короткую новостную заметку, а большой публицистический очерк, она достаточно гармонично легла в форму гипертекста. Сетевая структура позволила читателю занять активную позицию, которая была бы невозможна в линейном тексте. Он вправе решать, что именно читать, в какой последовательности, а также – насколько глубоко погружаться в материал.

Таким образом, данная статья, напоминающая сетевые гипертексты Майкла Джойса, показывает, что гипертекстовая форма имеет право на существование и в журналистике. Тем не менее, проанализировав номера журнала за все время его выхода — было найдено не более 10 статей, отвечающих понятию сетевой гипертекст. О причине этого позднее написал один из создателей журнала — Стивен Джонсон: «Выяснилось, что пространство для нелинейного чтения имеет одну существенную проблему: его невероятно сложно создавать. Когда вы пытаетесь высказать мнение или написать журналистскую историю, в которой каждая индивидуальная секция может быть началом или концом всей истории, это приводит к целой череде технических проблем, главная из которых заключается в том, что вы должны каждый раз заново представлять всех героев и давать краткую информацию в каждой секции»[9].

Использование осевого гипертекста в журнале

В отличие от сетевого гипертекста, осевой оказался более «удобным» для написания журналистских материалов. За все время выхода журнала осевой гипертекст активно использовался его авторами. Вместо структуры, напоминающей лабиринт, данный тип гипертекста имеет определенную иерархию расположения фрагментов. В нем есть основной текст, который читается линейно, гипертекстовость же создается при помощи ссылок, которые скрывают дополнительные текстовые фрагменты. При этом в зависимости от характера материала функции гипертекста могут значительно варьироваться.

1. Как и в электронном «Улиссе» М. Гродена, гипертекстовость может выполнять функцию существенного расширения и углубления основного текста статьи.

Примером такого осевого гипертекста может служить статья *Trouble in River City* (от 25 июня 1997) (рис. 4).



Рисунок 4. Скриншот фрагмента статьи Trouble in River City

В отличие от текста-лабиринта, здесь есть основной линейный текст. Статья посвящена одному из самых «проблемных» американских городов — Давенпорту. Нажимая на ссылки, читатель открывает дополнительные окна, в которых содержатся новые фрагменты текста. Как правило, в них приводятся дополнительные факты или цифры, которые не вошли в основной текст. Так, например, в основном тексте автор упоминает о том, что местным казино пришлось нанять охранников, чтобы сберечь неоновые вывески казино от вандалов. Слово «вандалы» является ссылкой. Перейдя по ней, читатель попадает на дополнительный текстовый фрагмент, в котором автор приводит статистику журнала *Money*, согласно которой в Давенпорте количество жестоких преступлений на 27% выше, чем среднестатистические показатели по США. Далее автор приводит данные другого источника о том, что каждый третий бандит в Давенпорте — белокожий, за этим следует краткое содержание статьи из газеты *Times* о недавнем преступлении, совершенном тремя подростками.

Таким образом, автор при помощи этого дополнительного фрагмента, спрятанного за ссылкой, может привести факты из разных источников, углубляя тем самым основной текст. При этом размещение данных фактов в дополнительных текстовых фрагментах позволяет «не перегружать» основную статью дополнительной информацией.

Помимо фрагментов, спрятанных за ссылками, автор статьи размещает небольшие текстовые блоки прямо на полях. В них даны ссылки на источники с дополнительной информацией по рассматриваемой теме. Так, например, на полях возле абзаца, в котором говорится о сельскохозяйственном оборудовании, производившемся ранее в Давенпорте, размещены ссылки на два разных источника: статью газеты *Midwest Today* и официальный отчет *Iowa Department for Economic Development*, которые противоречат друг другу. В газете говорится о серьезных проблемах в развитии экономики, в то время как в официальном отчете представлена информация об экономическом росте в городе. Автор не дает оценку ни тому, ни другому источнику — лишь указывает на них, предоставляя читателю самому разбираться, какому источнику верить больше и знакомиться ли с ними более подробно, перейдя по ссылкам, или остаться только в рамках данной статьи, удовлетворившись небольшими цитатами на полях (рис. 5).

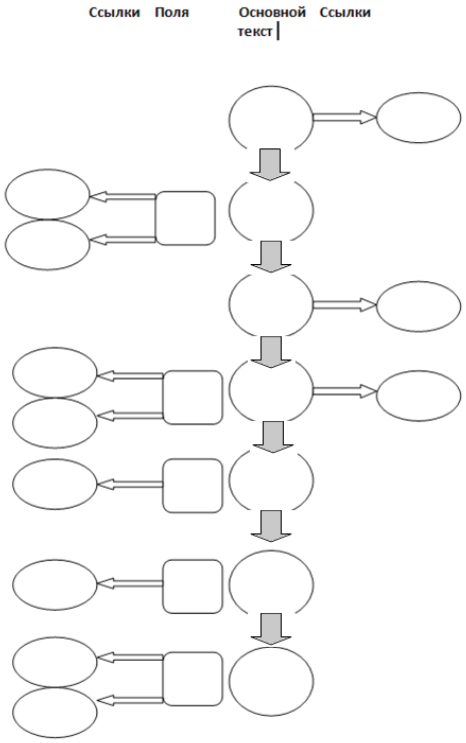


Рисунок 5. Схематичное изображение статьи Trouble in River City

Подобная гипертекстовая форма стала основной для журнала *FEED*. Как нам кажется, причина этого кроется в том, что, в отличие от сетевого гипертекста-лабиринта, осевой гипертекст гораздо более удобен для читательского восприятия (к тому же такой гипертекст автору гораздо проще создавать). Здесь текст является целостным. Читатель только варьирует глубину чтения, открывая или пропуская ссылки, в то время как в сетевом гипертексте читатель легко может запутаться, упустить важные текстовые блоки или, наоборот, постоянно попадать на одни и те же фрагменты, следуя выбранным ссылкам.

В течение всего времени издания журнала *FEED* его авторы активно экспериментируют с осевым гипертекстом, в результате он постепенно обрастает новыми чертами. Так, например, в нем появляются не только слова-ссылки, но и иллюстрации-ссылки (примером могут служить статьи *The Brand Without Qualities* от 5.05.1998 или *Same As It Ever Was* от 10.06.1997). Чуть позже в осевой гипертекст добавляется и возможность для читателя «перескакивать» часть статьи. Так, в статье *Cinderella Story* от 10.04. 2000, в которой автор рассуждает о популярности сюжета Золушки в современном кино, примерно половина текста посвящена теоретическим рассуждениям об искусстве. Так как автор понимает, что они могут быть интересны далеко не всем, он предлагает читателям выбор: либо читать текст целиком, либо пропустить теоретическую часть. Если читатель нажимает на ссылку, он автоматически перемещается вниз на 10 абзацев статьи.

2. Не всегда за ссылками скрывается именно дополнительная информация, не обязательная для чтения. В некоторых материалах, напротив, самая важная информация перенесена в отдельные текстовые блоки. Примером этого могут служить материалы, опубликованные в рубрике «Документ», в которой рассматриваются книжные новинки.

Редакция журнала каждый раз приглашает новых экспертов и предлагает им высказать свое мнение о той или иной книге. Обратимся в качестве примера к статье *Between Hype and Hypocrisy* (11 октября 1996). В ней четырем экспертам предлагается высказать свое мнение о двух предвыборных книгах: *Between Hope and History* Билла Клинтона и *Trusting the People* Боба Доула и Джека Кемпа. Если в статье *Trouble in River City* читатель может ограничиться только основным текстом статьи и не углубляться дальше, в рубрике «Документ» это невозможно. Здесь самая главная информация — ком-

ментарии экспертов — оказывается за рамками основного текста, состоящего только из отрывков анализируемых книг.

В одном материале встречаются разные типы текстов: цитаты из книги Клинтона, цитаты из книги Доула/Кемпа, мнения четырех экспертов, мнения самих читателей и дополнительные внешние ссылки. И, что характерно для гипертекста, вначале редакция дает читателям краткую инструкцию, как пользоваться данным материалом: «В этом новом "Документе" Дэвид Гринберг, Элен Виллис, Мэтью Риис и Лаура Ингрэхэм рассуждают о новой тенденции публиковать книги во время предвыборной гонки. Мы начнем с нескольких общих комментариев на этой странице и затем перейдем к более глубокому чтению отрывков из книги Клинтона *Between Hope and History* и книги Доула Кемпа *Trusting the People*. Как и всегда, мы просим вас оставлять комментарии на нашей *странице для дискуссий* ; мы поместим лучшие ваши ответы на полях слева»[10].

В схематичном виде статья выглядит так, как представлено на рисунке 6:



Рисунок 6. Схематичное изображение структуры статьи Between Hype and Hypocrisy

Таким образом, в статье 4 основных текстовых блока, каждый из которых, в свою очередь, делится на разные текстовые фрагменты. Среди них:

- отрывки обсуждаемых книг,

- комментарии экспертов к данным отрывкам (текст комментария размещен на полях и представляет собой только небольшой отрывок. Ознакомиться с полным текстом комментария можно пройдя по ссылке),

- комментарии читателей (лучшие из них размещены на полях вместе с комментариями экспертов),

- поясняющая информация от редакции (например, в отрывке книги Б.Клинтона, где обсуждается законопроект о специальных телевизионных чипах для родителей, на полях даны разъяснения, что собой представляют эти устройства. Пройдя по ссылке можно познакомиться со статьей, где подробно описано, как они работают).

Ниже представлена схема текстового блока, посвященного книге Б. Клинтона (рис. 7).

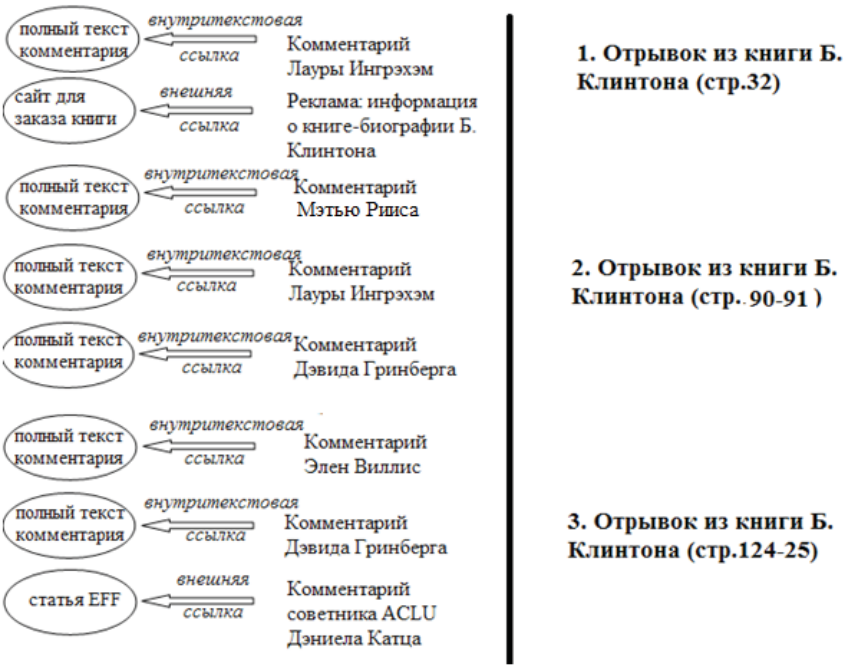


Рисунок 7. Схематичное изображение фрагмента статьи Between Hype and Hypocrisy

3. Еще одна функция гипертекста, найденная авторами журнала, — возможность создавать при его помощи поле для дискуссий. Примером этого может служить еще одна постоянная рубрика *FEED* «Диалог». Если в «Документе» эксперты обсуждают книги, то здесь им предложено высказать свое мнение по той или иной злободневной теме. Так, например, в диалоге под названием *One Nation Underpaid* (март 1996) обсуждается проблема умень-

шения уровня заработной платы в США. Каждый из четырех экспертов высказывает свое мнение по данному поводу. Из их ответов формируется основной текст статьи. Далее каждому эксперту предлагается прочитать мнения коллег и, либо согласиться с ними, либо нет, оставив свои комментарии за ссылками. Таким образом, текст рубрики превращается в диалог экспертов, которые постоянно дополняют первоначальный текст новыми текстовыми фрагментами.

В результате читатель получает материал, в большей степени напоминающий телевизионную дискуссию, а не линейную статью из печатных СМИ. Благодаря ссылкам эксперты могут «перебивать» друг друга и вставлять свою речь в речь собеседников. В общей сложности помимо основного текста данный диалог содержит еще 21 дополнительное окно, в которых эксперты дискутируют друг с другом. При этом читатель может выбирать, какие ссылки открывать и до какой глубины читать предложенный ему материал — ведь в каждом новом окне есть ссылка назад, которая позволяет вернуться к предыдущим открытым окнам или к основному тексту (рис. 8).

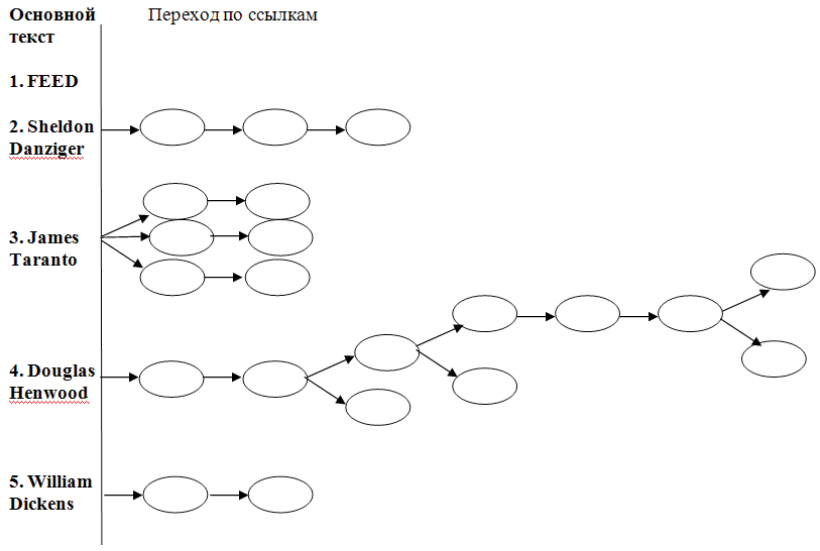


Рисунок 8. Схематичное изображение структуры статьи One Nation Underpaid

Отметим, что в этом «классическом» виде рубрика «Диалог» просуществовала всего 2 года. При анализе более поздних номеров журнала мы встречаем уже упрощенную версию гипертекстовой дискуссии. Так, например, в апрельском номере журнала от 1997 г. статья из рубрики «Диалог» *Schoolhouse Tech*[11], посвященная внедрению новых технологий в процесс образования, уже напоминает не телевизионную дискуссию, где все участники могут «перебивать» друг друга и высказывать свое мнение, а, скорее, принцип гипертекста, применявшийся в рубрике «Документ». Вместо внутритекстовых ссылок, которые ранее уводили от речи одного эксперта к речи другого, здесь дополнительные комментарии размещаются на полях, а не в отдельных текстовых блоках. Таким образом, читатель одновременно видит и основной текст, и небольшие комментарии к нему на полях. Если комментарий слишком объемный, приводится его короткая часть и ссылка на новое окно, где текст дан целиком. В результате, структура лабиринта, характерная для ранних «Диалогов», исчезает, ее заменяет осевой гипертекст, где есть центральный, основной текст и дополнительная, не обязательная информация на полях.

На наш взгляд, причина такого упрощения структуры рубрики кроется в том, что подобные централизованные тексты проще создавать и, что тоже немаловажно, проще читать (у читателя здесь не возникнет ощущения запутанности, которая возможна в тексте-лабиринте). Отметим, что эта более упрощенная форма с 1998 г. становится в журнале основной.

Постепенно все гипертекстовые рубрики журнала приходят к упрощению. Количество ссылок сводится к минимуму, а нелинейное повествование все чаще заменяет классический линейный текст лишь с небольшим вкраплением гипертекстовых элементов. Такие сложные гипертекстовые статьи, как, например, *Murder by Numbers*, перестают публиковаться.

Выводы

Итак, журнал *FEED* можно назвать важной вехой в становлении интернет-журналистики и электронного журналистского гипертекста. Именно в этом журнале, который представлял собой одно из первых качественных онлайн-изданий, впервые было опробовано применение приемов художественного гипертекста в журналистике. За время выхода журнала его авторам удалось вы-

работать определенную схему использования гипертекстовых приемов. В *FEED* можно встретить примеры как сетевых, так и осевых гипертекстов. Последние, в свою очередь, могут кардинально отличаться по принципам построения и функциям, которые выполняет в них гипертекстовая форма. Можно выделить три основные типа использования осевого гипертекста в журнале:

- тексты, где основная мысль представлена в линейном тексте, а ссылки лишь расширяют и дополняют мысли автора;
- тексты, где, напротив, основные мысли высказаны в дополнительных текстовых блоках, а основной текст состоит из цитат анализируемых автором источников (например, книг);
- тексты, где форма гипертекста позволяет создать диалог между экспертами, напоминающий, скорее, телевизионную дискуссию, нежели печатный текст.

Таким образом, *FEED* своим примером демонстрирует уникальные возможности гипертекстовой формы для журналистики по сравнению с обычными линейными текстами. Закрытие журнала по финансовым соображениям, также как и технические сложности, о которых писали издатели, на наш взгляд, не уменьшают значимость экспериментов, проведенных авторами *FEED*.

Гипертекстовые элементы, изначально найденные этим журналом, позже стали появляться и в других электронных изданиях (в частности, журналах *Slate* и *Salon*). Более того, сегодня развитие компьютерных технологий ушло далеко вперед по сравнению с 1990 гг. и многие технические сложности, которые возникали у издателей FEED, теперь возможно избежать. Поэтому опыт данного журнала может быть крайне интересен не только исследователям гипертекста, но и практикующим журналистам, у которых сегодня есть все инструменты для создания нелинейных гипертекстовых материалов.

Примечания

[1] Нельзя не упомянуть, что гипертекстуальность появилась в литературе еще в докомпьютерную эпоху. Так, впервые термин «гипертекст» был употреблен по отношению к напечатанной в 1984 г. книге М. Павича «Хазарский словарь». Впрочем, многие черты, свойственные художественному гипертексту, встречаются и в книгах, написанных раньше «Хазарского словаря», а в некоторых случаях – даже раньше изобретения Нельсоном понятия «гипертекст» (Марк Сапорта «Композиция № 1» (1961), Хулио Кортасар «Игра в классики» (1963), Итало Кальвино «Если однажды зимней ночью путник» (1979) и т.д.). В данном же случае речь идет

о романах, написанных именно для чтения за компьютером и не имевших печатной версии (среди них — Jackson S. *Patchwork Girl* (1995), McDaid J. *Uncle Buddy's Phantom Funhouse* (1993), Malloy J. *Its name was Penelope* (1993) и т.д.).

[2] Bolter J.D. (1990) *Writing Space*; Landow J.P. (1992) *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*; Birkerts S. (1994) *The Gutenberg Elegies*; Murrey J. (1997) *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace* и др.

[3] Joyce M. (1991) Notes toward an unwritten non-linear electronic text. *The Ends of Print Culture*. Available at: http://pmc.iath.virginia.edu/text-only/issue.991/joyce.991 (accessed: 21.12.2016).

[4] Fredin E. (1997) Rethinking the news story for the Internet: Hyperstory prototypes and a model of the user. *Journalism and Mass Communication Monographs*: 163.

[5] Deuze M. (2001) Online Journalism: Modelling the first Generation of News Media on the World Wide Web. *First Monday* 6. Available at: http://ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802 (accessed: 21.12.2016).

[6] Mieszkowski K. (2001) Sucked Company. *Salon*. Available at: https://web.archive.org/web/20090525034738/http://archive.salon.com:80/tech/log/2001/06/08/feed/index.html (accessed: 21.12.2016)

[7] Проект М. Гродена так и не был завершён.

[8] Seltzer M. (1996) Murder by Numbers. *FEED*. Available at: http://web.archive.org/web/19970225063248/http://www.feedmag.com/96.08selzter/96.08seltzer.html (accessed: 21.12.2016).

[9] Johnson S. (2013) Why No One Clicked on the Great Hypertext Story? *Wired*. Available at: http://www.wired.com/2013/04/hypertext/#anchor-seven (accessed: 21.12.2016).

[10] Between Hype and Hypocrisy *FEED*. 1997. Available at: http://web.archive.org/web/19970225062550/http:/www.feedmag.com/96.10document/96.10document1.html (accessed: 21.12.2016).

[11] Schoolhouse Tech. *FEED*. 1997. Available at: http://web.archive.org/web/19970705024832/http://www.feedmag.com/html/dialog/97.04dialog/97.04dialog1_master.html (accessed: 21.12.2016).

Библиография

Engebretsen M. (2000) Hypernews and Coherence. *Nordicom Review* 21.

Fredin E. (1997) Rethinking the news story for the Internet: Hyperstory prototypes and a model of the user. *Journalism and Mass Communication Monographs* 163.

Johnson S. (1997) *Interface Culture / How New Technology transforms the Way we Create and Communicate*. San Francisco.

McAdams M., Berger S. (2001) Hypertext *The Journal of Electronic Publishing* 6.

Nelson T.H. (1967) *Getting it out of our System. Information Retrieval: A critical view.*

Nelson T.H. (1987) *Literary machines*. Sausolito.

van der Wurff R., Lauf E. (2005) *Print and Online Newspapers in Europe: A Comparative Analysis in 16 Countries*. Amsterdam.

Notes

Birkerts S. (1994) *The Gutenberg Elegies.*

Bolter J.D. (1990) *Writing Space.*

Deuze M. (2001) Online Journalism: Modelling the first Generation of News Media on the World Wide Web. *First Monday* 6. Available at: http://ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/893/802 (accessed: 21.12.2016)

FEED

Joyce M. (1991) Notes toward an unwritten non-linear electronic text. *The Ends of Print Culture*. Available at: http://pmc.iath.virginia.edu/text-only/issue.991/joyce.991 (accessed: 21.12.2016)

Landow J.P. (1992) *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*.

Murrey J. (1997) *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*.

Salon

Wired

References

Engebretsen M. (2000) Hypernews and Coherence. *Nordicom Review* 21.

Fredin E. (1997) Rethinking the news story for the Internet: Hyperstory prototypes and a model of the user. *Journalism and Mass Communication Monographs* 163.

Johnson S. (1997) *Interface Culture / How New Technology transforms the Way we Create and Communicate*. San Francisco.

McAdams M., Berger S. (2001) Hypertext *The Journal of Electronic Publishing* 6.

Nelson T.H. (1967) *Getting it out of our System. Information Retrieval: A critical view.*

Nelson T.H. (1987) *Literary machines*. Sausolito.

van der Wurff R., Lauf E. (2005) *Print and Online Newspapers in Europe: A Comparative Analysis in 16 Countries*. Amsterdam.

Поступила в редакцию
24.01.2017