

УДК 81'42

DOI: 10.17748/2075-9908-2017-9-1/2-135-139

**ГРИГОРЕНКО Ирина Николаевна**

Кубанский социально-экономический институт  
г. Краснодар, Россия  
irenegrigorenko@mail.ru

**Irina N. GRIGORENKO**

Kuban Social-Economic Institute  
Krasnodar, Russia  
irenegrigorenko@mail.ru

**ДАЦКО Татьяна Федоровна**

Кубанский социально-экономический институт  
г. Краснодар, Россия

**Tatiana F. DATSKO**

Kuban Social-Economic Institute  
Krasnodar, Russia

## **ЭФФЕКТИВНОЕ ПОПОЛНЕНИЕ ЗНАНИЙ В ОПОРЕ НА ГИПЕРТЕКСТ**

## **EFFECTIVE KNOWLEDGE ACQUISITION THROUGH HYPERTEXT**

Непрерывное образование - важная часть жизни современного человека. Эффективность пополнения знаний во многом зависит от слаженной работы как обучаемого, так и обучающегося, направленной на рациональный отбор необходимого материала. Основная задача в этом случае - это отработка методик, которые позволяют самостоятельно находить, использовать и совершенствовать необходимые знания на практике. Обучение студентов на примере гипертекстов методике применения важных для современных специалистов знаний - цель настоящего исследования. Гипертекст рассматривается как имманентное выражение текста, который срastается с последним. Такое единение обеспечивает когнитивные и коммуникативные возможности рационального извлечения информации, создания на ее основе нового текста и использования его для решения поставленных задач. Как показывает опыт педагогической работы в вузе, такой подход требует определенной подготовки, как со стороны преподавателя, так и студента. Он осуществляется с помощью нескольких взаимосвязанных звеньев: понимание сути состояния проблемы; определение задач; выявление трудностей для их практического решения; конкретизация трудностей; поиск решений, связанный с поставленными задачами; отбор выявленных решений с точки зрения актуальности и практичности. В процессе обучения методике поиска назначения необходимой информации в гипертексте преподавателем совместно со студентом изначально выстраивается стратегия, направленная на интенциональное коммуникативное чтение, вырабатывается дизайн-мышление.

Lifelong education becomes essential part of a working career. Effective learning depends on multiple factors, the most important of which is replicating coordinated work of a teacher and students, aimed at rational choice of necessary language material, its training and creating new texts. The main purpose of learning in this case is perfecting methods of independent choice and implementing acquired knowledge into practice. Teaching students to deal with hypertexts, providing authentic feedback is the aim of this paper. Hypertext is considered to be an immanent text expression, fused with the latter. It provides cognitive and communicative possibilities of rational information retrieval, creating a new text or texts on the basis of acquired information and its application into practice. Teaching experience in higher educational institution shows that such approach demands teacher/student special training. Its implementation is based on some interconnected tasks: understanding unmet needs, problem statement, defining problem difficulties for their solution, framing difficulties, generating solutions connected with framed difficulties, testing and refining solutions. Strategy aimed at intentional communicative reading and design thinking is created in the process of searching and identifying acquisition methods by teacher and students.

**Ключевые слова:** непрерывное образование, рациональный отбор языкового материала, работы над гипертекстом, интенциональное, коммуникативное чтение, темы, концептосфера текста.

**Keywords:** lifelong education, rational choice of language material, deal with hypertext, intentional communicative reading, thememes, concept environment of the text

Непрерывное образование становится неотъемлемой частью жизни современного человека. Реализация эффективности постоянного пополнения знаний заключается не в увеличении объемов информации, ведущих к умственным перегрузкам, а в слаженности действий как обучаемого, так и обучающего, направленных на рациональный отбор и целенаправленное усвоение необходимого для совершенствования знаний материала. В связи с этим одна из основных задач обучения студентов в ве - это подбор и отработка методик, которые позволяют самостоятельно находить и применять новые знания на практике. Цель данной статьи показать на примере текстов, размещенных в Интернете, каким образом возможно подготовить современного специалиста к самостоятельному получению и созданию новых знаний. Рассмотрим это на примере обращения студента к гипертексту.

Отметим, что электронные формы средств коммуникации (персональные компьютеры, смартфоны, электронные планшеты и т.д.) дали новый импульс развитию гипертекста и гипертекстовых отношений. Как показывают исследования, гипертекст - это имманентное выражение текста, который, срastаясь с последним, обеспечивает когнитивные и коммуникативные особенности функционирования. Они обладают функцией выражения мотивационно-интенциональной сущности текста. Ее высшим

содержательным параметром является «интенциональность», которая актуализируется в виде частных параметров «предписание», «описание» и «оценка», которые далее подразделяются на иллокутивности [1]. Среди достоинств такого способа организации информации, как правило, приводятся следующие: а) активная позиция читателя, в определенной мере стирающие границы между автором и читателем; б) способность гипертекста к постоянным обновлениям и изменениям; в) отсутствие традиционных начала и конца; г) децентрализованность; д) демократичность (Дж. Ландау, Р.А. Лэнхэм, Дж.Д. Болтер и др.). Все это наталкивает на мысль, что гипертекст, развиваясь в тесной взаимосвязи с потребностями общества в творческом мышлении, затрагивает глубинные интересы индивида в эффективности коммуникации. Последнее предусматривает рациональный отбор, целенаправленное усвоение необходимой информации, а также создание новых знаний для определенных практических целей. Как показывает опыт педагогической работы в вузе, такой подход требует определенной подготовки, как со стороны преподавателя, так и студента. Он осуществляется с помощью нескольких взаимосвязанных звеньев: понимание сути состояния проблемы; определение задач; выявление трудностей для их практического решения; конкретизация трудностей; поиск решений, связанный с поставленными задачами; отбор выявленных решений с точки зрения актуальности и практичности.

Имеется в виду, что в процессе обучения методике поиска и обозначения необходимой информации в гипертексте, преподавателем совместно со студентом изначально выстраивается стратегия, направленная на интенциональное коммуникативное чтение. Тем более что по сравнению с традиционным текстом гипертекст отличается «демократичность»: предполагается, что автор предоставляет читателю свободу выбора в работе с представленной на экране информацией. Обратим внимание, что свобода выбора у профессионалов всегда связывается с конкретными потребностями и предполагает определенное дизайн-мышление (*design thinking*) [2]. Но действительно ли гибкость гипертекста, умение «подстроиться» под конкретного читателя, множественность путей прочтения предоставляют эту свободу?

Представляется, что для ответа на этот вопрос необходимо обозначить основные параметры организации гипертекста. Как показало исследование, главными параметрами являются парадигматические и синтагматические отношения, устанавливающиеся между информационными единицами (составляющими) гипертекста.

Поскольку парадигматические связи - перспектива развития темы гипертекста, обратимся сначала к языковым особенностям гипертекста, как связного, тематически обоснованного, логически выстроенного текста. Отметим возможность существования нескольких тем, построенных согласно текстовой иерархии. Тем более что целесообразность обращения к парадигматическим составляющим диктуется наличием темем их формирующих. Под темемами понимаются тематически важные номинанты, репрезентирующие и актуализирующие совокупность семантико-понятийных областей, составляющих концептосферу текста и гипертекста, с учетом гносеологического подхода к их интерпретации. В целях более адекватного и экономного терминологического употребления, И.Н. Григоренко был введен термин «темема», деривация которого соответствует общепринятой тенденции номинации лингвистических терминов: использование суффикса -ема позволяет включить данный термин в систему лингвистических знаков типа: фонема, морфема, граммема, лексема, синтаксема, аббревема и т.д. [3].

Необходимо обратить внимание, что тематическая составляющая текста формируется не только с помощью вербальных знаков, но и визуальных образных знаков, представленных в гипертексте включенными мультимедиа (англ. *multimedia* - многокомпонентная среда). Она позволяет не только объединить в составе гипертекста визуальную информацию (текст, графика, анимация, видео) и звуковое сопровождение (аудиоинформация), но и формирует темемы. Именно темемы, как показывают наши наблюдения, оказывают влияние на то, что находится в зоне внимания автора, фиксируют важную для запоминания информацию.

Определенная повторяемость темем перемещает фокус внимания адресата, позволяет обнаружить и выделить наиболее значимую по мнению адресанта информацию, способствует организации дизайн-мышления. Помогает сконцентрироваться на сути проблемы и ее состоянии в момент поиска; скорректировать формулирование задач; конкретизировать трудности их решений; отобрать выявленные с помощью темем, возможные, наиболее релевантные варианты с точки зрения их актуальности и практичности. Необходимо отметить, что в качестве темем в гипертекстах могут выступать имена собственные и их производные, а также относящиеся к ним лексико-семантические синонимы.

Соответственно, адресат, работая с гипертекстом, занимается выявлением сути состояния проблемы; определением задач, трудностей для их практического решения, их конкретизацией, опираясь на общие для информационных единиц гипертекста значимые темемы. Таким образом, обнаруживая сходство между составляющими гипертекста, пользователь определяет, является ли данная страница Интернета релевантной (или частично релевантной). Если искомые темемы не найдены, то информация становится для пользователя нерелевантной и означает завершение работы с материалом или определенной его частью. Таким образом, парадигматические связи в данном исследовании связываются с перспективой развития темы, ее прогнозом, что оправданно с точки зрения обучения извлечению информации.

Перейдем теперь к рассмотрению синтагматических связей, отметим их влияние на развитие темы. Синтагматические связи - способ развития темы. С методической точки зрения они используются для осмысления и освоения полученной адресантом информации. Начнем с рассмотрения наиболее важных моментов. Обратим внимание, что в такой проекции гипертекста происходит знакомство с темой или темами, создающими предпосылки для мультимедийной презентации. Приведем пример: «*A new generation of artists is beginning to produce virtual-reality artworks - some for display in galleries, others freely accessible online - that plunge viewers into fully articulated spaces*» [4].

Так, в начале гипертекста «*Virtual Reality Has Arrived in the Art World. Now What?*» - («Наступило время виртуальной реальности в мире искусства. Что дальше?») (здесь и далее перевод наш. - *И.Н. Григоренко, Т.Ф. Дацко*), выделенные нами курсивом темемы *generation of artists, virtual-reality artworks, display in galleries* не только **осуществляют знакомство** с основной темой искусства виртуального дизайна, но и готовят реципиента к восприятию предложенных к изучению автором произведений с помощью мультимедиа. Иными словами, адресат отслеживает содержание текста, опираясь на вышеозначенные темемы. Попутно происходит **уточнение** задач, стоящих перед адресатом, что неизменно связывается с выявлением трудностей для их практического решения, а также с их **конкретизацией**. Приведем пример. «*The Renwick Gallery, an institution of the Smithsonian in Washington, recently released a virtual reality re-creation of its exhibition "Wonder," a selfie-magnet of a sculpture show from 2015 to '16*» [там же]. Темемы, которые использовались автором во введении, - *generation of artists, virtual-reality artworks, display in galleries* - дают возможность обратить внимание на пути практического решения проблемы. Ориентирами для этого выступают синонимы вышеназванных темем, актуализирующие совокупность семантико-понятийных областей, таких как: *a virtual reality re-creation, exhibition, a sculpture show*. Последние требуют не только конкретизации, но и **аргументации**, что и происходит в представленной автором мультимедийной среде (тексте, графике, анимации). Задача адресата - отследить представленную автором аргументацию и сделать **обобщение** согласно уточненным задачам. Иными словами, создать свой текст, опираясь на скорректированные задачи **обобщения** прочитанного. Последнее достигается на уровне осознания адресатом употребления темем в той синтагматической конструкции, которая выполняет ту же коммуникативную функцию, что и аргументированное обобщение, осуществляемое адресантом. Например, «*That was the great lesson of modernism: Art is more than mere illusion, and it gains further meaning by pushing media to the limits of their capabilities. Virtual reality, by contrast, is a medium without limits — a medium that tries to*

parallel life itself» [там же] - (Это большой урок модернизма: Искусство - это не просто иллюзия, оно приобретает все большее значение, полностью окунаясь в медиа. В то время как виртуальная реальность, напротив, предстает средой без границ - средой, которая пытается корректировать жизнь). Таким образом, опытным адресатом делается обобщение, что понятия *generation of artists, virtual-reality artworks, display in galleries, a virtual reality re-creation, exhibition, a sculpture show, modernism, art* и другие, употребленные автором в тексте, - это темы, представляющие лексико-семантические синонимы предметной области искусства, но которые непосредственно связаны с реальностью. В этом случае именно они являются ключом к пониманию сути состояния проблемы; нацеливают на поиск решений, связанных с поставленными задачами, а также на отбор выявленных вариантов решений с точки зрения актуальности и практичности. Данный тип отношений адресата и адресанта представляет следующие способы развития темы внутри мультимедийного пространства гипертекста:

1) *вводящие* - знакомящие с темой или темами, создающие предпосылки для презентации мультимедийной среды;

2) *уточняющие* - конкретизирующие тему/темы, позволяющие агрегировать и конструировать информацию согласно корректируемым задачам;

3) *расширяющие* - создающие возможности для пользователя перемещаться не только внутри одного мультимедийного пространства, но и переходить в различные среды: текстовую, графическую, анимационную, видео или пропускать частично или полностью некоторые из них;

4) *обобщающие* - придающие завершающий характер той или иной теме или под-теме.

Выявленная организация гипертекста, особый тип отношений адресанта и адресата, указывают на достаточную самостоятельность реципиента, но с определенными ограничениями. Это объясняется тем, что, пользуясь свободой выбора, реципиент всегда связан конкретными потребностями, которые определяют дизайн мышления в зависимости от задач, стоящих перед ним, с одной стороны. С другой стороны, допустимость выбора диктуется самим гипертекстом, предлагающим искомые варианты решения при помощи мультимедийного многообразия, включающего не только визуальные изображения, но и звуковое сопровождение. Находящийся на экране «строительный материал» предоставляет возможность пользователю самому создать текст, с точки зрения актуальности и практичности в опоре на темы. Именно последние, как показывает практика работы со студентами, способствуют как персонализации, так и интериоризации получаемых результатов. Таким образом, происходит не только самостоятельный поиск информации, но и формирование адресатом суждений, касающихся состояния проблемы, ее решения.

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дацко Т.Ф. Конструктивная интерпретация текстовых формаций. - Краснодар, 2016.
2. Brown T. Change by design. Harper Collins, 2009.
3. Григоренко И.Н. Коммуникативные приемы использования вербальных и паравербальных знаков текстового пространства // Экономика. Право. Печать. Вестник КСЭИ. - 2013. - № 1-2 (57-58). - С. 23-28.
4. Farago J. [Электронный ресурс] -
5. <https://www.nytimes.com/2017/02/03/arts/design/virtual-reality-has-arrived-in-the-art-world-now-what.html?rref=collection%2Fsectioncollection%2Fdesign&action=click&contentCollection=design&region=rank&module=package&version=highlights&contentPlacement=1&pgtype=sectionfront> (дата обращения: 03.02.2017).

### REFERENCES

1. Datsko T.F. Constructive interpretation of text formations. Krasnodar, 2016.
2. Brown T. Change by design. Harper Collins, 2009.

3. Grigorenko I.N. Communicative usage of verbal and non-verbal signs in the text. Economics. Law. Publishing. Bulletin of Kuban Socio-Economic Institute. 2013. №1-2 (57-58). Pp. 23-28.
4. Farago J. Available at:
5. <https://www.nytimes.com/2017/02/03/arts/design/virtual-reality-has-arrived-in-the-art-world-now-what.html?ref=collection%2Fsectioncollection%2Fdesign&action=click&contentCollection=design&region=rank&module=package&version=highlights&contentPlacement=1&pgtype=sectionfront>) FEB. (accessed: 3, 2017).

#### **Информация об авторе:**

Григоренко Ирина Николаевна, доктор филологических наук, профессор, Кубанский социально-экономический институт,  
г. Краснодар, Россия  
[irenegrigorenko@mail.ru](mailto:irenegrigorenko@mail.ru)

Дацко Татьяна Федоровна, доктор филологических наук, профессор, Кубанский социально-экономический институт,  
г. Краснодар, Россия

Получена: 07.01.2017

Для цитирования: Григоренко И.Н., Дацко Т.Ф., Эффективное пополнение знаний в опоре на гипертекст. Историческая и социально-образовательная мысль. 2017. Том. 9. № 1. Часть 2. с. 135-139.  
doi: 10.17748/2075-9908-2017-9-1/2-135-139.

#### **Information about the author:**

Irina N. Grigorenko, Doctor of Philological Sciences, Professor, Kuban Social-Economic Institute,  
Krasnodar, Russia  
[irenegrigorenko@mail.ru](mailto:irenegrigorenko@mail.ru)

Tatiana F. Datsko, Doctor of Philological Sciences, Professor, Kuban Social-Economic Institute,  
Krasnodar, Russia  
[irenegrigorenko@mail.ru](mailto:irenegrigorenko@mail.ru)

Received: 07.01.2017

For citation: Grigorenko I.N., Datsko T.F., Effective knowledge acquisition through hypertext. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl'* = *Historical and Social Educational Idea*. 2017. Vol. 9. no.1. Part. 2. Pp. 135-139.  
doi: 10.17748/2075-9908-2017-9-1/2-135-139.  
(in Russian)