

НАВИГАЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ КАК НОВЫЙ СПОСОБ ЧТЕНИЯ И ПИСЬМА

Распространяются новые возможности для письменной коммуникации, возникают те в условиях развитая сеть передачи данных, интеграция коммуникационных и информационных технологий, формирование единого пространства электронных текстов. Показывается, что подраммми-«агенты», осуществляющие навигацию в этом текстовом пространстве по запросам пользователей, должны доставлять ей информацию в доступной форме, обладающую достаточной смысловой связностью (когерентностью). Распространяются критерии смысловой связности, отмечаются коммуникативные особенности создаваемой по этим критериям «персональной книги».

1. ВОЗНИКНОВЕНИЕ НОВОЙ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

Развитие компьютерных информационных технологий и их усложняющаяся интеграция с коммуникационными технологиями все больше подталкивает традиционную модель коммуникационных процессов. В этой традиционной модели участвуют коммуникация четко делится на активные (авторов) и пассивные (читателей, эрителей, слушателей). «Прекрасные коммуникационные технологии обеспечивают коммуникацию «немногих» с «многими». При этом «немногие» определяют, какая информация отвечает желаниям и потребностям «многих»... Традиционные технологии подготавливают и производят информационную (are producer-driven) и информационную (are consumer-driven) продукцию, выпущенный определенный социальный продукт, выполняющий определенную функцию в силу этого специфическими свойствами. Эти свойства исследованы в 50—60-е гг. нашего века М. Маклюэн, а с середины 60-х гг. — под другим углом зрения — Р. Барт, Ю. Кристева, Ж. Дёррида.

Функция «авторского текста» («книги») — это представление (некоторого в основном уже известного автору содержания, оформление его как структурно расчлененного единого целого. Поэтому авторский текст обладает завершенностью и замкнутостью. Способы репрезентации содержания в тексте («порталка») подчинены задаче воздействия на читателя (аудиторию), основанная на психологической ориентации автора на невидимую и широкую аудиторию и, соответственно, на некоторую модель читательского восприятия. Эта модель и определяет средства и способы представления содержания в тексте. Переход к электронному тексту и использование радиальных изменений в характере письменной коммуникации. Основная линия этих изменений — возрастание активности тех, кто находится в конечном звене коммуникационного процесса.

Новые коммуникационные технологии дают возможность «многим» находить и выбирать информацию в соответствии с со своими желаниями и потребностями.

2. НАВИГАЦИЯ В ТЕКСТОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Появляется возможность осмысленного движения читателя от текста к тексту, движения, при котором отдельные тексты продолжают друг друга, выстраиваются в последовательность и становятся элементами единства некоторого сверх-текста, гипертекста. После того, элементами такой осмысленной текстовой последовательности могут быть не только отдельные тексты, а их части, фрагменты, наконец, отдельные выказы-вания. Идея такого движения в текстовом пространстве, «стратеванная». «путешествия» по нему (последовательное укоренение и стал общепотребительным термин *навигация*) и была выдвинута ролевыми концепциями гипертекста. Конечно, чисто абстрактно можно говорить о движении от текста к тексту и тогда, когда электронная форма текстов позволяет придать процессу навигации в этом случае все больше характера движения от одного текста к другому — качеству целостного информационного процесса.

Стой же легко читатель может вставать, «вписываться» в образующуюся при навигации текстовую последовательность собственного текста (замечания, комментарии, связующие смысловые звенья). Процесс освоения тарни, связующие смысловые звенья). Процесс освоения читателем текстов в этом случае все больше приобретает черты авторской работы. Но речь при этом не идет о создании текстов для других читателей. Упорядоченная последовательность текстов («чужих» и своих), которая складывается в процессе навигации, хотя и обладает определенной смысловой целостностью, но не подчинена требованию учитывать чужое восприятие. Речь идет об особой форме освоения, знания, освоения содержания текстов, о новой — высокоактивной — форме чтения.

Сущность навигации хорошо иллюстрируется примером, приведенным в знаменитой статье В. Буша [2]:

