

## МЕДІАСТИЛІСТИКА

Visn. Lviv. Univ., Ser. Zhurn. 2021: 50; 137–145 • DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vjo.2021.50.11104>

УДК 070:81'42:004.38

### ГІПЕРТЕКСТ: СИНТЕЗ ДИСКРЕТНОГО І КОНТИНУАЛЬНОГО МЕДІАПОВІДОМЛЕННЯ

**Наталія Більовська**

*Львівський національний університет імені Івана Франка  
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна  
e-mail: [Nataliya.Bilovska@lnu.edu.ua](mailto:Nataliya.Bilovska@lnu.edu.ua)  
<https://orcid.org/0000-0002-6902-1534>*

У статті трактуємо дискретне і континуальне повідомлення як перерваний і постійний, обмежений і безперервний текст, що має специфічні ознаки і низку відмінностей між традиційним (одновимірним) текстом і гіпертекстом (багатовимірним). Трактуємо гіпертекстову систему як певний набір для забезпечення максимальної комфортності для користувача під час формування та розробки мережі зв'язків; можливість «читати» гіпертекст в будь-якому задуманому порядку.

*Ключові слова:* гіпертекст; гіпермедіа; дескриптор; інтернет-комунікація; гіперпосилання.

#### **1. Постановка проблеми**

З розвитком сучасних засобів спілкування інтернет-комунікація стала відкритим простором для збору, зберігання і поширення інформації. Настання інформаційної доби нерозривно пов'язують з глобальним медіасередовищем. Потік інформації постійно оновлюється і впливає на сфери суспільного спілкування та пізнання. Через швидкий розвиток мережі народжується «реальність нового типу», в якій існування індивіда, зокрема й мовне, реалізується головним чином у формі нелінійного тексту, який в інтернеті виражається у формі гіпертексту.

Метою цього дослідження є визначення поняття «гіпертекст», розгляд його характеристик та особливостей структури, схожих та відмінних із традиційним текстом рис, зокрема й повідомленням у засобах масової інформації й комунікації.

Актуальність дослідження зумовлена збільшенням ролі інформаційних процесів у житті суспільства, основними з яких є широке запровадження і використання гіпертекстових систем та технологій в інформаційному просторі усього суспільства, в засобах масової інформації, у міжкультурній і професійній комунікації, яка найповніше реалізується через всесвітню мережу Інтернет. У ХХІ ст. він став новим засобом масової комунікації, що, як наслідок, породило не лише нове глобальне ін-

формаційне середовище, але й новий сегмент соціальної реальності. У такому середовищі текстовий компонент постає на перший план, оскільки комунікативні і когнітивні процеси тут зосереджені на тексті.

## 2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

До теми вивчення гіпертекстів звернені розвідки українських та зарубіжних авторів. Зокрема, це питання порушують у своїх працях О. Лутовинова (2009)<sup>1</sup>, А. Загнітко (2009)<sup>2</sup>, С. Чемеркін (2009)<sup>3</sup>, Є. Попов (2015)<sup>4</sup>. Ю. Балакіна розглядає гіпертекст як видозмінену форму традиційного (друкованого) повідомлення (2016)<sup>5</sup>. І. Розіна (2016)<sup>6</sup> формулює принципи успішної комунікації, комунікативні наміри і комунікативні невдачі між автором і читачем.

Стаття науковців М. Мигаль та І. Карпенко (2016)<sup>7</sup> зосереджена на журналістському гіпертексті. Українська дослідниця О. Ковальова (2018)<sup>8</sup> акцентує увагу на вивченні гіпертекстових покликів у сучасних французьких інтернет-виданнях. Темі соціально-комунікаційних особливостей гіпертексту присвячене дисертаційне дослідження М. Белли. Зокрема, авторка узагальнює поняття гіпертексту в соціальних комунікаціях<sup>9</sup>, а також вводить в науковий обіг нове поняття «роут» (2018)<sup>10</sup>.

## 3. Методологічна основа дослідження.

Для досягнення мети дослідження ми застосували низку типових для журналістики методів. *Емпіричний аналіз* уможливив узагальнену характеристику предмета дослідження, що дало змогу пізнати його як явище. За допомогою *узагальнення* було вивчено характерні та специфічні закономірності і принципи гіпертексту. *Системний* метод застосований для виявлення залежності кожного елемента гіпертексту від

<sup>1</sup> Лутовинова, О. (2009), «Гипертекст: понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу», доступно за адресою: <https://www.gramota.net/materials/1/2011/12/57.html> (дата перегляду 12 вересня 2020 р.).

<sup>2</sup> Загнітко, А. (2009), «Структура і функції гіпертексту: статус і позиційні параметри комунікантів (17 бібліографічних записів)», Донецький вісник наукового товариства ім. Шевченка, том 26, с. 157–175.

<sup>3</sup> Чемеркін, С. (2009), «Репрезентативність гіпертексту у функціонально-стильових різновидах української мови в Інтернеті», Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика, вип. 19, с. 111–116.

<sup>4</sup> Попов, Е. (2015), «Подходы к изучению гипертекста», Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. Филология, вып. 1, с. 167–171.

<sup>5</sup> Балакіна, Ю. (2016), «Электронный текст: принципиально новый тип текста?», Вестник Волгоградского Ленинградского государственного университета. Серия Языкознание, т. 15, с. 17–27.

<sup>6</sup> Розіна І. (2016), «Принципы успешной коммуникации на основе гипертекста», Вестник Волгоградского Ленинградского государственного университета. Серия Языкознание, т. 15, с. 37–46.

<sup>7</sup> Мыгаль, М. и Карпенко, И. (2011), «Журналистский гипертекст в системе массмедийной интернет-коммуникации», Научные ведомости БелГУ. Гуманитарные науки, вып. 11, с. 201.

<sup>8</sup> Ковальова, О. (2018), «Стилістичні особливості гіпертекстових посилань у французьких інтернет-ЗМІ», Вісник КНЛУ. Серія Філологія, т. 21, с. 58–68.

<sup>9</sup> Белла, М. (2018), *Соціально-комунікаційні особливості гіпертексту*, Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій (соц. комун.), Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, 25 с.

<sup>10</sup> Белла, М. (2018), «Про поняття «роут» у контексті вивчення гіпертексту», доступно за адресою: [http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/m. v. bella\\_on\\_the\\_concept\\_of\\_route\\_in\\_the\\_context\\_of\\_the\\_study\\_of\\_hypertext.pdf](http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/m. v. bella_on_the_concept_of_route_in_the_context_of_the_study_of_hypertext.pdf) (дата перегляду 14 вересня 2020 р.).

його місця в системі тексту загалом. *Ретроспективний* метод допоміг зрозуміти передумови виникнення гіпертексту, простежити динаміку його розвитку. Загальнонаукові методи (*аналіз, синтез, індукція, дедукція*) дали змогу сформулювати висновки проведеного дослідження.

#### 4. Виклад основного матеріалу дослідження.

Гіпертексти відомі давно. Довідники, тезауруси, словники, енциклопедії, забезпечені розгалуженою системою посилань, фактично є документами нелінійної структури. Така форма подання знань притаманна насамперед релігійним текстам, які широко використовують численні виноски, посилання, коментарі і коментарі на коментарі. Біблія є найвідомішим прикладом такої побудови тексту. Вона складається з двох Книг, які розбиті на «вірші», перенумеровані в межах кожної Книги без повторень. Багато віршів супроводжуються посиланнями на інші вірші цієї ж або інших книг Біблії, що дає змогу читати Біблію «нелінійно», вибираючи ту чи іншу послідовність читання за посиланням залежно від наміру та асоціацій, що виникають у процесі читання. Наприклад, перший вірш 1 глави Книги Буття «На початку Бог створив Небо та землю» має велику кількість паралельних місць (поклики: Пс. 88:12-13; Пс. 135:5; Пс. 145:6; Ів. 1:3; Дії. 14:15; Євр. 11:3; Об'яв. 14:7). І при цьому кожен вірш є цілісною надфразовою одиницею, яка розкриває якусь мікротему.

Гіпертекстовий інформаційний простір передбачав Поль Отле. У доповіді на Міжнародному конгресі (Брюссель, 1908 р.) він висловив ідею гіпертекстової технології: «Засобами організації наукової роботи є книга і особливо її нинішня форма – журнал. Розвиток науки сягнув так далеко, що єдино правильним, відповідним до дійсності підходом буде розглядати всі книги, всі журнальні статті, всі офіційні звіти як томи, глави, параграфи однієї великої книги, універсальної книги, велетенської енциклопедії, складеної з усього того, що було надруковано»<sup>11</sup>.

Метафорою до гіпертексту може бути лабіринт, хитрість якого полягає в тому, що увійти туди легко, але вибратися з нього неможливо. Так само гіпертекст. Він не просто організаційно складніший за друкований текст, він поліфонічний, внутрішньо різноманітніший і водночас має замкнутий простір.

Однак ґрунтовно гіпертекстова технологія знайшла широке застосування лише з появою комп'ютерних технологій і програмних засобів, що забезпечують формування та обробку гіпертекстів.

Поняття «гіпертекст» застосував Венівар Буш в есе «Як ми можемо мислити»<sup>12</sup>, опублікованому в журналі *The Atlantic* в 1945 р. через мемекс. Це назва гіпотетичного прототипу гіпертекстової системи, яка зображена як пристрій, в якому людина може зберігати свої книги, записи і контакти (те, що зараз називаємо хмарою або хмарним сервісом). На думку автора, мемекс давав би змогу суттєво розширити і доповнити можливості людської пам'яті. Ця концепція мала великий вплив на розробку ранніх гіпертекстових систем, що привело до створення всесвітньої павутини. Конкретизував і ввів в науковий обіг термін «гіпертекст» Теодор Нельсон (1965 р.).

<sup>11</sup> Отле, П. (1908), «Трактат про документацію», доступно за адресою: [http://db4.sbras.ru/elbib/data/show\\_page.phtml?20+1575](http://db4.sbras.ru/elbib/data/show_page.phtml?20+1575) (дата перегляду 21 вересня 2020 р.).

<sup>12</sup> Буш, В. (1945), «Как мы можем мыслить (As We May)», доступно за адресою: <http://security-corp.org/programming/vebdev/32079-venivar-bush-kak-my-mozhem-myslity-as-we-may-think.html> (дата перегляду 1 вересня 2020 р.).

Він визначає його як «спосіб організації інформації у вигляді мережі (сітки) взаємозв'язаних вузлів, яку читач може дослідити у нелінійний спосіб»<sup>13</sup>.

Одновимірному (друкованому) тексту, який можна інтерпретувати як лінійну послідовність знаків і символів, в гіпертексті протиставлений багатовимірний текст. В деяких точках такого розгалуженого багатовимірного тексту читання можна продовжувати в декількох напрямках залежно від інформаційної потреби. Гіпертекст може відрізнятися від лінійного тексту порядком проходження матеріалу: елементи гіпертексту можуть мати вигляд ієрархічного дерева, а також мати мережеву організацію. Він може мати кілька рівнів короткого викладу і деталізації, різні способи презентації матеріалу. Тексти, складені природною мовою, зберігаються в ньому як організовані за новим принципом. Гіпертекст є масивом текстів, а застосування спеціальних методів дає змогу встановлювати авторів і назви (заголовки) використовуваних документів.

Гіпертекст – особлива нелінійна форма організації мовного повідомлення, що складається з пов'язаних між собою текстових елементів, які функціонують в електронному вигляді, тобто це текст з особливою організацією. На відміну від друкованих текстів, гіпертексти самостійно розвиваються і мають здатність до спонтанного розвитку подій (*через читацьке доповнення*). Кожен текст вводиться у простір написаних раніше текстів, набуває візуальної багатоплановості, може сприйматися у будь-якій послідовності (*окрім хронологічного та логічного розгортання*).

Велика кількість електронних текстів та їхніх типів схожі за деякими характеристиками не тільки між собою, але й з традиційними (паперовими) аналогами. Такі повідомлення можна поділити на дві групи: ті, які мають друковані аналоги, та унікальні електронні медіатексти. Інтертекстуальність електронних текстів, постійний діалог між текстами утворюють глобальний інтертекст (метатекст). Він може бути вертикальним (відношення між текстом-адресатом та оточенням) та горизонтальним (зв'язок між текстами, випродукованими у різний (*хронологічно далекий*) час).

Журналістський гіпертекст трактують як «особливий вид гіпертекстових відношень, яку застосовують журналісти в електронній комунікації для розширення інформації та її форм»<sup>14</sup>. Тут використовують поклики на інші журналістські матеріали, схожі з первинним текстом; ті поклики, які розширюють інформаційне поле повідомлення; коментарі з пропонуваної публікації; поклики на додаткові нетекстові (мультимедійні) одиниці інформації.

На моніторі безпосередньо видно, що текст може бути пов'язаний з великою кількістю інших текстів, спроектованих у різний час, для різних адресатів і з різним контекстом створення. Ці тексти об'єднані певною смисловою спільністю (асоціативною і суб'єктивною), яку можна досягнути за допомогою дескрипторів (тегів, ключових слів, хештегів) та гіперпокликів. Дескриптори функціонують так само, як і гіперпоклики, даючи змогу зв'язати між собою розрізнені у часі і просторі тексти. Форматом сайту обмежені електронні тексти, які створюють за посередництвом со-

<sup>13</sup> Nelson, T. «Complex information progressing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate», доступно за адресою: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/800197.806036> (дата перегляду 1 вересня 2020 р.).

<sup>14</sup> Мыгаль, М. и Карпенко, И. (2011), «Журналистский гипертекст в системе массмедийной интернет-коммуникации», Научные ведомости БелГУ. Гуманитарные науки, вып. 11, с. 201.

ціальних мереж, повідомлень у чатах, на форумах, коментарів на сайтах. До текстів вільного формату належать журналістські повідомлення.

Близьким до «гіпертексту» за змістом є пізніший термін «гіпермедіа»<sup>15</sup>, але він підкреслює наявність в гіпертексті нетекстових компонентів, як-от анімація, записаний звук і відео.

Гіпертекст дає змогу пов'язувати текст, аудіо, фотографії, креслення, карти, рухомі картини та інші форми інформації в осмислене єдине ціле. Доступ до створеного масиву може здійснюватися за допомогою системи індексації, орієнтованої на конкретні ідеї, а не на конкретні слова в тексті. Тому гіпертекст можна визначити як нелінійну документацію, яка розгалужується і є взаємопов'язаною, дозволяючи користувачеві самостійно вибрати порядок дослідження наявної у ній інформації.

Ознака гіпертексту – відкритість, це означає, що комунікацію будь-якої миті може продовжити автор або читач<sup>16</sup> (у вигляді фідбеків, коментарів...). Як наслідок, відсутність єдиного автора у класичному розумінні: читач одночасно є реципієнтом та продуцентом медіаповідомлення. Розмиваються межі між читачем та автором, читач перестає бути пасивним отримувачем інформації, він сам конструює повідомлення так, як йому зручно, притому процес читання може не збігатися з авторським задумом.

Процес читання текстів, зокрема медіатекстів, може відбуватися у два способи: статарне і курсорне читання. Статарним називають такий вид читання, під час якого ознайомлення з текстом відбувається з детальними поясненнями, тлумаченням, спрямованістю на розуміння повідомлення в усій його повноті. Курсорне читання спрямоване на «пробігання очима» для з'ясування загального сенсу тексту.

Відвідувачі сайту під час ознайомлення з медіатекстом можуть мати різні інтенції. Одні заходять читати аналітичні матеріали та осмислювати їх, інші переходять за заголовками, інколи клікаючи на них і швидко проглядаючи текст повідомлення. Неможливо зрозуміти, хто заїде на сайт, тому ресурс повинен відповідати вимогам усіх груп та бути універсальним; текст має бути відносно коротким і подавати головну інформацію в перших абзацах, тобто відповідати принципу перевернутої піраміди. Більшість сучасних текстів ЗМІ укладають так, щоб у читача уже з перших фраз виникло уявлення про прочитане, а текст був максимально лаконічний та інформативний.

Сучасні гіпертекстові моделі реалізують гіпотезу про те, що переробка і генерація ідей людським мозком відбувається асоціативно. Гіпертекстова система, яка реалізує цю інформаційну модель, використовує електронні та програмні засоби для подолання обмежень тексту, надрукованого на папері. Плоске середовище добре пристосоване для представлення двовимірного потоку інформації: лінійного та ієрархічного. Дискурсивні кроки нашого мислення здійснюють послідовно читання зліва направо, зверху вниз, сторінка за сторінкою. На відміну від цього, гіпертекстова система, яка містить мережу інформаційних вузлів і асоціативних зв'язків-дуг,

<sup>15</sup> Вікіпедія (2019), «Гіпермедіа», доступно за адресою: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%96%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0> (дата перегляду 2 жовтня 2020 р.).

<sup>16</sup> Таран, С. (2019), «Мовознавча природа гіпертексту», Молодий вчений, вип. 7, с. 87.

породжує 3-вимірний інформаційний простір, який створює інформаційне середовище, що є сприятливим для глибинної структури переробки ідей людським мозком.

### **5. Результати дослідження.**

Завдяки гіпертексту і гіпертекстовим системам поняття віртуальної реальності набуло відчутного сенсу. Воно існувало й раніше як образ єдиної паперової книги-енциклопедії. Але комп'ютерна мережа і комп'ютерні способи роботи з текстом роблять гіпертекст семіотично реальним простором. А в гіпертекстовому просторі віртуальність органічно доповнює реальність. Стан віртуальності, в такому випадку, переходить в поняття гіперреальності, і все це зливається в єдине ціле в просторі комп'ютерного тексту.

### **6. Висновки.**

Деякі науковці стверджують, що розвиток гіпертекстових технологій згодом можна буде порівняти з винаходом друкарства, а це і приведе до стрибка підвищення Коефіцієнту Інтелекту (КІ) людино-машинної взаємодії. Одиницями інтелектуальної авторської діяльності є ідеї (образи, думки). Саме на цьому рівні гіпертекстові системи здатні дати зрушення, суттєво полегшити і прискорити авторську діяльність. Концепція гіпертекстових систем розширює інструментарій користувача, залучаючи нові засоби.

Комп'ютерну гіпертекстову технологію розуміють як підтримку зв'язків, тобто забезпечення максимальної комфортності для користувача під час формування та розробки мережі зв'язків: надання користувачеві можливості легко додавати в базу даних нові текстові одиниці; можливість «читати» гіпертекст в будь-якому задуманому порядку. Передання інформації та методи навігації в гіпертекстових системах орієнтуються не на комп'ютер, а на мозок людини як того, хто безпосередньо розв'язуватиме проблему. Зі сказаного випливає, що гіпертекстові системи є системами антропоцентричного типу.

Внаслідок своєї об'ємності та багатовимірності гіпертекст може викликати науковий інтерес як міждисциплінарна дисципліна. У сучасному світі феномен гіпертексту став об'єктом численних дискусій, конференцій і науково-дослідницьких робіт в галузі соціальних комунікацій, лінгвістики та психології. Сьогодні чимало організацій проводить масштабні дослідження, що ґрунтуються на концепції гіпертекстових асоціацій та асоціативної навігації.



## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Nelson, T. H. «Complex information progressing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate», доступно за адресою: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/800197.806036> (дата перегляду 1 вересня 2020 р.).
2. Балакіна, Ю. (2016), «Электронный текст: принципиально новый тип текста?», Вестник Волгоградского государственного университета. Серия Языкознание, т. 15, с. 17–27.
3. Белла, М. (2018), «Про поняття «роут» у контексті вивчення гіпертексту», доступно за адресою: [http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/m.\\_v.\\_bella\\_on\\_the\\_concept\\_of\\_route\\_in\\_the\\_context\\_of\\_the\\_study\\_of\\_hypertext.pdf](http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/m._v._bella_on_the_concept_of_route_in_the_context_of_the_study_of_hypertext.pdf) (дата перегляду 14 вересня 2020 р.).
4. Белла, М. (2018), *Соціально-комунікаційні особливості гіпертексту*, Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій (соц. комун.), Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, 25 с.
5. Буш, В. (1945), «Как мы можем мыслить (As We May)», доступно за адресою: <http://security-corp.org/programming/vebdev/32079-venivar-bush-kak-my-mozhem-mysliti-as-we-may-think.html> (дата перегляду 1 вересня 2020 р.).
6. Вікіпедія (2020), «Гіпермедіа», доступно за адресою: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%96%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0> (дата перегляду 2 жовтня 2020 р.).
7. Загнітко, А. (2009), «Структура і функції гіпертексту: статус і позиційні параметри комунікантів (17 бібліографічних записів)», Донецький вісник наукового товариства ім. Шевченка, том 26, с. 157–175.
8. Ковальова, О. (2018), «Стилістичні особливості гіпертекстових посилань у французьких інтернет-ЗМІ», Вісник КНЛУ. Серія Філологія, т. 21, с. 58–68.
9. Лутовинова, О. (2009), «Гіпертекст: понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу», доступно за адресою: <https://www.gramota.net/materials/1/2011/12/57.html> (дата перегляду 12 вересня 2020 р.).
10. Мыгаль, М. и Карпенко, И. (2011), «Журналистский гипертекст в системе массовой интернет-коммуникации», Научные ведомости БелГУ. Гуманитарные науки, вып. 11, с. 201–209.
11. Отле, П. (1908), «Трактат про документацію», доступно за адресою: [http://db4.sbras.ru/elbib/data/show\\_page.phtml?20+1575](http://db4.sbras.ru/elbib/data/show_page.phtml?20+1575) (дата перегляду 21 вересня 2020 р.).
12. Попов, Е. (2015), «Подходы к изучению гипертекста», Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. Филология, вып. 1, с. 167–171.
13. Розина И. (2016), «Принципы успешной коммуникации на основе гипертекста», Вестник Волгоградского государственного университета. Серия Языкознание, т. 15, с. 37–46.
14. Таран, С. (2019), «Мовознавча природа гіпертексту», Молодий вчений, вип. 7, с. 86–89.
15. Чемеркін, С. (2009), «Репрезентативність гіпертексту у функціонально-стильових різновидах української мови в Інтернеті», Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика, вип. 19, с. 111–116.

## REFERENCES

1. Nelson, T. H. «Complex information progressing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate», available at: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/800197.806036> (accessed 12 September 2020).
2. Balakina Yu. (2016), «Elektronnyi tekst: principialno novyi tip teksta?», Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Yazykoznanie, vol. 15, s. 17–27.
3. Bella, M. (2018), «Pro ponyattya «rout» u konteksti vyvchennya gipertekstu», available at: [http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/m.\\_v.\\_bella\\_on\\_the\\_concept\\_of\\_route\\_in\\_the\\_context\\_of\\_the\\_study\\_of\\_hypertext.pdf](http://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/m._v._bella_on_the_concept_of_route_in_the_context_of_the_study_of_hypertext.pdf) (accessed 14 September 2020).
4. Bella, M. (2018), *Social'no-komunikacijni osoblyvosti gipertekstu*, Avtoreferat dysertaciyi na zdobuttya naukovoogo stupenya kandydata nauk iz social'nyx komunikacij (soc. komun.), Dniprovskij nacional'nyj universytet imeni Olesya Gonchara, 25 s.
5. Bush, V. (1945), «Kak my mozhem myslit' (As We May)», available at: : <http://security-corp.org/programming/vebdev/32079-venivar-bush-kak-my-mozhem-myslit-as-we-may-think.html> (accessed 1 September 2020).
6. Wikipedia (2020), «Gipermedia», available at: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%96%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0> (accessed 22 September 2020).
7. Zagnitko, A. (2009), «Struktura i funkciyi gipertekstu: status i pozycijni parametry komunikantiv (17 bibilografichnyx zapysiv)», Doneckyj visnyk naukovoogo tovarystva im. Shevchenka, tom 26, s. 157–175.
8. Koval'ova, O. (2018), «Stylistychni osoblyvosti gipertekstovykh posylan' u francuz'kykh internet-ZMI», Visnyk KNLU. Seriya Filologiya, t. 21, s. 58–68.
9. Lutovinova, O. (2009), «Gipertekst: ponyatiye, osnovnyye kharakteristiki, vozmozhnyye podkhody k lingvisticheskomu analizu», available at: <https://www.gramota.net/materials/1/2011/12/57.html> (accessed 12 September 2020).
10. Mygal', M. i Karpenko, I. (2011), «Zhurnalystskiy gipertekst v systeme massmedyjnoj internet-kommunikacii», Nauchnye vedomosti BelGU. Gumanytarnye nauky, vyp. 11, s. 201–209 .
11. Otle, P. (1908), «Traktat pro dokumentaciyu», available at: [http://db4.sbras.ru/elbib/data/show\\_page.phtml?20+1575](http://db4.sbras.ru/elbib/data/show_page.phtml?20+1575) (accessed 22 September 2020).
12. Popov, Ye. (2015). «Podkhody k izucheniyu giperteksta, Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A. S. Pushkina. Filologiya, vol. 1, s. 167–171.
13. Rozina I. (2016), «Prinncypy uspešnoy kommunykaciyi na osnove giperteksta», Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya Yazykoznanie, t. 15, s. 37–46.
14. Taran, S. (2019), «Movoznavcha pryroda gipertekstu», Molodyi vchenyi, vyp. 7, s. 86–89.
15. Chemerkin, S. (2009). «Reprezentatyvnist' hipertekstu u funktsionalno-styl'ovykh riznovydakh ukrayins'koyi movy v Interneti», Aktual'ni problemy ukrayinskoyi linhvistyky: teoriya i praktyka, vol. 19, s. 111–116.



## HYPertext: SYNTHESIS OF DISCRETE AND CONTINUOUS MEDIA MESSAGE

**Natalia Bilyovska**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine  
e-mail: [Nataliya.Bilovska@lnu.edu.ua](mailto:Nataliya.Bilovska@lnu.edu.ua)  
<https://orcid.org/0000-0002-6902-1534>*

In the article we interpret discrete and continuous message as interrupted and constant, limited and continual text, which has specific features and a number of differences between traditional (one-dimensional) text and hypertext (multidimensional).

The purpose of this study is to define the concept of “hypertext”, consideration of its characteristics and features of the structure, similarities and differences with the traditional text, including the message in the media and communication.

To achieve the goal of the study, we used a number of methods typical of journalism. Empirical analysis enabled a generalized description of the subject of study, which allowed to know it as a phenomenon. With the help of generalization the characteristic and specific regularities and principles of hypertext were studied. The system method is used to identify the dependence of each element of hypertext on its place in the text system as a whole. The retrospective method helped to understand the preconditions for the emergence of hypertext, to trace the dynamics of its development. General scientific methods (analysis, synthesis, induction, deduction) made it possible to formulate the conclusions of the study.

Thanks to hypertext and the hypertext systems, the concept of virtual reality has gained tangible meaning. In hypertext space, virtuality organically complements reality. The state of virtuality, in this case, becomes the concept of hyperreality, and all this merges into a single whole in the space of computer text.

Due to its volume and multidimensionality, hypertext can arouse scientific interest as an interdisciplinary discipline. In today's world, the phenomenon of hypertext has been the subject of numerous discussions, conferences and research in the field of social communications, linguistics and psychology. Today, a significant number of organizations conduct large-scale research based on the concepts of hypertext associations and associative navigation.

*Keywords:* hypertext; hypermedia; descriptor; internet communication; hyperlink.