

ELENA UNGUREANU
Institutul de Filologie
(Chișinău)

**HYPertextUL – UNITATEA
FUNDAMENTALĂ A WEBULUI
ȘI A COMUNICĂRII ONLINE**

Abstract

According to Ted Nelson's vision, the one who launched the concept in computer science, hypertext is a written or graphic material interconnected in a complex manner, through hyperlinks, and which conventionally can not be represented on paper. For the humanities, electronic hypertext is a special type of written communication, a particular form of organization of computer-mediated written text. The hypertext is characterized by nonlinearity, fragmentation, variability, polyphony, dialogism, heterogeneity, interactivity, multimodality, creativity, anonymity, duplicatory or multiplicity identity, temporal and spatial freedom and independence, openness, virtuality, structural dispersion, compositional instability, non-hierarchy, discontinuity, integrability etc.

1. Textul într-o nouă eră: electronic. Suntem copiii unei revoluții informaționale, care se produce sub ochii noștri, latent și agresiv, fascinant și teribil. Internetul, aflat, după previziunile unor specialiști, încă în perioada copilăriei sale, va institui noi paradigme (de comunicare) în toate domeniile de activitate umană, redefinind viitorul. Totul devine e-: în unele societăți – extrem de rapid, în altele incomparabil mai încet – dar sigur: e-știință, e-învățământ, e-medicină, e-business, e-mediu, e-cultură, e-economie etc. – toate fiind bazate pe cultura și economia TEXTULUI, cel mai implicat în acest proces ireversibil – despre toate se poate scrie numai prin intermediul textului. Începem să trăim tot mai mult în lumea și în legea „textului ideal” (Roland Barthes), așa cum fusese prevăzut de poststructuraliști încă pe la jumătatea secolului trecut.

Textul, ca unitate comunicațională fundamentală, a intrat în spațiul virtual îmbrăcat într-o nouă „haină” – a *hypertextului* (sau cu o abreviere devenită de curând uzuală în spațiul electronic – *htextului*). Adunându-se progresiv „aici” (în spațiul unde s-a scris, online, și prezentul articol), toate tipurile de texte suportă schimbări radicale: textul nonfictițional și textul artistic, textul dicționarului și textul enciclopediei, textul (discursul) oral și textul scris, textul științific și textul scrisorii electronice (e-mailului)... Tehnologizat, virtualizat, cu un grad de libertate și democrație ajunse la cote maxime, hypertextul reflectă postmodernitatea în care trăim – gândirea omului postmodern, apăsător de suprainformație venită pe toate canalele, devine superficială, fragmentară, fasciculară (*клиповое мышление*) [1]. În spațiul electronic, informația se mișcă cu viteza luminii. Cu toate acestea, formatul de „tipar”, cu imaginea foii având margini și cu litere fixate, „înțepenite”, mai persistă foarte puternic în spațiul virtual. „În acest sens, Gutenberg, încă

mai trăiește în rețea” [2]. În acest nou format – electronic – , discursul politicii, al religiei, al mass-mediei, al comunicării interpersonale etc. se înfățișează cu trăsături profund modificate de spațiul virtual, generate de conexiunea cu tehnologiile supermoderne. Utilizatorul intrat pe net se transformă automat în subiect al rețelei – devenind de astădată internaut (utilizator, netățean, navigator, nomad... – doar pentru această categorie de consumatori de internet există o întreagă listă de denumiri sau sensuri noi, pe care dicționarele viitorului vor trebui să le ateste). Fiecare își dezvăluie și își performează în megarețeaua internetului capacitățile, interesele și abilitățile. Normele ortografice instituite de către academii se simt aproape amenințate de jargonul (slangul) internautilor. O întreagă superindustrie computerizată încearcă să țină sub control mecanismul, instrumentele și infrastructura Rețelei planetare. Cu toate acestea, Internetul este un fenomen incontrollabil [3], iar prin asta e problematic și filosofic. Febra internautică încă nu i-a cuprins pe toți, considerându-se încă un fenomen elitist (deocamdată doar aproximativ a 6-a parte din populația globului utilizează internetul) – dar deja are legătură absolut cu toți. Limbajul tradițional tinde să devină tot mai mult *limb@j* (în lipsa altui termen, am dat preferință acestei creații spontane, împrumutată, se pare, de la francezi – a se vedea [4], frecvența semnului @ în adresele de e-mail (precum și în interiorul altor cuvinte) simbolizând, într-un fel, orientarea către un alt tip de limbaj – cel mediat de computer, e-mailul fiind unul din primele limbaje de comunicare electronică. Apropo, semnul @ (arond) merită el însuși o cercetare (pentru o primă sugestie – [5]).

2. Internetul – un concept metaforic. Ca orice alt concept grandios, denumind o megatehnologie, Internetul în cele mai diverse studii este asemuit cu un anumit spațiu (sau mediu), cu un obiect concret, cu un concept abstract, cu fenomene sau vietăți (om, animale, insecte sau plante) etc.: **satul global** (Marshall McLuhan), **frontiera electronică**, **spațiul cyber**, **păianjenul global**, **agora electronică**, **cosmosul**, **Cartea**, **Biblia**, **Biblioteca** (U. Eco, R. Barthes, J. L. Borges), **documentul (fișierul)**, **urma** (J. Derrida), **rizomul** (G. Deleuze), **furnicarul** (M. Foucauld), **rețeaua**, **labirintul**, **cheia**, **ecoul**, **artele**, **viața**, **casa**, **procesele fiziologice (nașterea, moartea, respirația, somnul, alimentația, sinergia etc.)**, **norul**, **apa**, **corabia**, **tezaurul**, **lupta (războiul)**, **matrioșca rusească**, **cutiuțele chinezești**, **puzzle-ul**, **clusterul**, **călătoria**, **aventura**, **vânătorul**, **nomadul**, **țesătura**, **ghemul**, **firul Ariadnei**, **jocul**, **limbajul**, **tabloul lumii**, **creierul uman**, **mașina-robot**, **comunitatea multiagent** (Ted Nelson), **spațiul informațional abstract**, **infrastructura electronică a semiosferei** (Tim Berners-Lee) (pentru unele dintre metaforele de mai sus a se vedea [6; 7; 8]) etc. Metaforele facilitează utilizatorului intrarea și navigarea în hyperspațiul informațional – începând cu cele mai la îndemână unelte (tastatură, mouse, motor de căutare, iconiță, @, fereastră, acasă, navigare, parolă (login), gunoi (spam), emoticon-smyle și multe, foarte multe altele).

Vorbind despre „viitorul lingvistic” al Internetului, David Crystal, de la Universitatea din Cambridge (deși acesta se referă doar la limba engleză), își liniștește cititorii afirmând că „realitatea comunicării dovedește că în Internet e loc destul și pentru limbajul solemn, ceremonios, atent stilizat, ca și pentru judecățile asupra gradului de cultură a vorbitorilor” [9]. Autorul nu vede în tehnologia modernă niciun fel de risc de distrugere și sărăcire a limbilor – ci, dimpotrivă, doar o șansă pentru diversificare și creativitate [10]. Subiectul

în cauză deja suscită interesul lingviștilor români, opiniile acestora împărțindu-se între acceptare și dezaprobare a noului fel de a comunica on-line. Noile generații comunică, grație noilor realizări în sfera informaticii, tot mai abil și mai interesat, nu prin text, ci prin hypertext.

Lingvistica Internetului și, în particular, lingvistica hypertextului se prefigurează ca discipline noi, numeroși specialiști fiind foarte interesați în a le explora dimensiunile. Metaforică sau academică, filosofică sau strict lingvistică, abordarea acestor fenomene deosebit de complexe va genera cercetări care vor deschide terenul pentru noi subdiscipline ale viitorului, de exemplu: teoria și practica hypertextului, analiza lingvosemiotică a hypertextului electronic, utilizarea hypertextului pentru analiza lingvopoetică a operelor artistice etc. [a se vedea câteva surse importante: 11–17].

3. Pentru o definiție a hypertextului (electronic). În procesul de definire a termenilor (și în special a termenului-cheie al unui domeniu) se reflectă întreaga problematică de studiu a obiectului cercetat. Cu orice studiu întreprins, i se descoperă noi fațete, orice nouă definiție va pune accentul anume pe fațeta căreia i-a dat prioritate. Vom observa, mai întâi, că într-o triadă de tipul **text – intertext – hypertext**, tot textul rămâne conceptul fundamental, *textul*, care, după Mihail Bahtin, este sursa esențială a disciplinelor umaniste, punctul lor de pornire, datul primar de la care pornesc acestea. Dacă, din perspectivă poststructuralistă (a generației textualiste/ tel-queliste) „orice text este un intertext” (Barthes, Kristeva, Derrida), adică orice text este făcut din texte anterioare, continuând, am putea afirma că orice text postat pe net în format HTML se transformă în hypertext. Același Barthes spunea că intertextul este un câmp general de formule anonime, cu origine arareori reperabilă, de o multitudine de citări inconștiente sau automate, făcute fără a se mai indica ghilimelele. Așa cum, datorită conceptului de *intertext* a fost mai bine descris conceptul de *text*, tot așa, datorită intertextului poate fi înțeleasă mai adecvat noțiunea de hypertext. Dacă intertextualitatea e cea care transformă (distruge, distribuie, destructurează, reconfigurează, recompune) o multitudine de hipotexte (texte anterioare, de la care se revendică – nu întotdeauna sau nu obligatoriu de sorginte literară sau marcate estetic), atunci hypertextualitatea e cea care vizualizează „potopul” de texte legate între ele. Locul unde intertextualitatea reușește să se manifeste cel mai pregnant e Internetul, în spațiul său web. Iar locul unde hyperlinkul „se deschide”, face legătura cu alte texte și, mai nou, hypertexte – se poate afirma că se nasc noile semnificații, la intersecția între axa paradigmatică (a selecției) și cea sintagmatică (a combinației) și în jocul diferențial al semnificațiilor.

La ora actuală, termenul *hypertext* circulă scris și cu *i*, și cu *y* (cu *y* mai ales în cazul informaticii). La rândul său, și el o metaforă, este identificat adesea, pe nedrept, cu întreaga rețea internautică. Webul este un sistem de distribuție locală sau globală a informațiilor hypermedia. Webul nu trebuie confundat cu Internetul, chiar dacă este cea mai dinamică și spectaculoasă componentă software a acestuia. Internetul este tehnologie plus formă de comunicare. Dacă tehnologia e obiectul de studiu al științelor exacte, atunci forma de comunicare a fost dintotdeauna a științelor socioumane.

Ca obiect al cercetării lingvistice, **hypertextul** – unitatea fundamentală a comunicării online („comunicăm nu prin cuvinte, ci prin texte”, iar mai nou, prin hypertexte) – a

intrat mai serios în atenția specialiștilor de curând, după anul 2000. Trezind un foarte viu interes mai ales pentru noutatea formatului în care se afișează (cel electronic) și transformându-se din domeniu privit altădată cu suspiciune, acest concept face adevărate „ravagii” în lingvistica mondială – teoretizarea conceptului se află într-o fază de efervescentă. Legând cele două mari științe (exacte și umane) și racolând discursul interpretativ al celor mai diverse discipline (filosofie, psihologie, pedagogie, științele comunicării, antropologie, informatică, arte, marketing, management, bibliometrie, scientometrie etc., etc.), care îi descoperă noi și noi fațete, hypertextul tinde să devină unul dintre cele mai teoretizate și mai complexe concepte din istoria științelor. Bibliografia hypertextului este puțin spus bogată – este de-a dreptul copleșitoare. Hypertextul a fost principalul concept care a condus la inventarea World Wide Web-ului, care reprezintă o enormă cantitate de informații interconectate. Cuvântul *web*, cu variantele *www* sau w^3 , înseamnă „pânză de păianjen” (a nu se confunda w^3 cu *web 3.0* – vezi mai jos). Ted Nelson (pe numele deplin – Theodor Holm Nelson) este cel care, în 1965, l-a pus în circuit, definind un tip special de text electronic, care leagă documentele asemenea unui păianjen, prin intermediul linkurilor (hyperlinkurilor). Cam tot atunci, Julia Kristeva, lansase noțiunea de *intertextualitate* (1967) – adică proprietatea oricărui text de a fi legat de alte texte anterioare, aparținând unor autori precedenți. Datorită conexiunilor care se pot stabili rapid și infinit pe Internet, într-un hypertext pot fi încorporate nu doar alte texte, ale aceluiași autor sau ale altor autori din diferite epoci, ci și opere de artă (bucăți muzicale, reproduceri ale unor picturi celebre sau necunoscute publicului larg, scenarii ale unor filme etc.), transformându-se în produs hypermediatic.

Definițiile hypertextului se adună progresiv de la studiu la studiu, se plagiază extrem de mult, se completează, se neagă una pe alta, germinează. Pentru început, e indicat să operăm cu două distincții: **hypertext în sens îngust** – orice text particular dotat cu hyperlinkuri și **hypertext în sens larg** – totalitatea textelor (un megahypertext) care se adună progresiv în format electronic, dotate cu hyperlinkuri, prin care se stabilește legătura infinită cu alte texte; cu alte cuvinte, cu o formulă inventată de noi: „...text în text în text în...”.

Înainte de a trece în revistă și alte definiții, găsite aleatoriu într-un spațiu care le oferă la fel de aleatoriu, se cuvine să începem totuși cu Nelson: **hypertextul** reprezintă un „*material scris sau grafic interconectat într-o manieră complexă, care în mod convențional nu poate fi reprezentat pe hârtie*” („**Complex information processing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate**” – *apropo articolul* așa și se numește – prin această scurtă definiție a hypertextului, devenită celebră) [18]).

Cea mai simplă și mai operabilă definiție ar fi următoarea: **hypertextul** e un *text care este legat prin trimeri (referințe online, linkuri sau hyperlinkuri) de alte texte*. Acestea reprezintă o trimitere la o pagină web care face referire la un alt loc de pe aceeași pagină web sau oriunde în altă parte pe Internet. **Linkul** sau hyperlinkul este considerat, la rândul său, conceptul fundamental al hypertextului, acesta constituind modalitatea tehnică care face distincția dintre un text nonlinear (electronic) și un text linear (tipărit în format hârtie). Cel mai simplu mod este acela de a muta mouseul deasupra unui cuvânt sau imagine, iar când se schimbă cursorul mouseului, acesta se transformă din săgeată într-o

mică mână, pe care se face clic pentru a vedea unde ne va trimite respectiva activare, altfel spus, linkurile sunt un fel de „scurtături din spațiul digital” [3, p. 12]. Grafic, un link reprezintă un text, de obicei *subliniat* și/sau prezentat cu *o culoare diferită* de a textului de bază. Frecvent se utilizează cuvintele aici, apasă aici, sau oricare cuvânt, îmbinare sau frază (care, fiind activate, vor expedia momentan utilizatorul în altă parte, în alt text (hypertext). Expresia „a da cuiva linkul unui document” nu înseamnă altceva decât „a-i indica locul-adresă unde se află textul respectiv în spațiul electronic”. Odată opțiunea realizată, instantaneu, browserul va transporta internautul în cadrul documentului „linkat”. Invenția în cauză a sporit viteza de acces la informație într-un mod nemaiîntâlnit. Linkurile fac parte din peritextul unui hypertext (adică peritextul-adresă al documentului în cauză, luat și ca pseudotitlu al unui document) sau referințele situate în interiorul textului, sau la finele documentului, mai ales în cazul articolelor științifice). Asemenea legături pot fi efectuate practic pe toate cuvintele unui text (*intratextual* – a se vedea un model al Bibliei în [19; 20]) sau *extratextual*, la orice document în spațiul electronic, în funcție de opțiunile programatorului (webmasterului). Așadar, se poate spune că linkul îndeplinește funcțiile unui „bibliotecar” personal(izat), mobil, instantaneu, exact și foarte la îndemână în biblio-netul internaților. **Într-o viziune metaforică existențial-globală (a se vedea în acest sens [21]),** linkul poate fi asociat cu adresa, locația, firul (țesăturii), deschiderea, apertura și chiar cu gura (rostul), jgheabul etc. – locul pe unde se poate intra *direct* în (alt) text.

Deși sunt intersectabile, noțiunile de *hypertextualitate* și *intertextualitate* se diferențiază prin existența/lipsa hyperlinkurilor. Legăturile existente între hipotext și hipertext (în sensul propus de Gérard Genette) sunt de regulă ascunse, în timp ce în cadrul hypertextualității aceste legături sunt vizibile, afișabile și accesibile. Datorită hyperlinkurilor textul se leagă, se țese, se coase de alte texte, reconstituind firul comun și alcătuind contextul cultural.

Chiar dacă la ora actuală părintele hypertextului (Nelson) reneagă protocolul de hypertext așa cum este utilizat în prezent, considerându-l „nepur” („hypertextul de azi este mult prea superficial” [22]), propunând în schimb o alternativă pe site-ul său dedicat acestui proiect [3, p. 11], conceptul său originar a evoluat substanțial, prin numeroasele contribuții ce i s-au adus. Teoreticianul cel mai important al hypertextului e George Landow, cu trei versiuni ale celebrei sale teorii „hypertextologice”: Hypertext 1.0; 2.0 și 3.0 [a se consulta 23].

Așadar, 2 definiții ale hypertextului pentru acest microstudiu:

- 1) **hypertextul** este un text *scris hypermedia, activat printr-un sistem de hyperlinkuri* (Nelson, Landow et al.);
- 2) **hypertextul** este *metodă, text, mecanism, formă, mijloc și documentație* (definiție generalizată preluată din [24]¹).

4. De ce hypertextul are atâtea trăsături câte are și Internetul? Simplu, deoarece Hypertextul este conceptul fundamental al webului, webul, la rândul său, în mare parte este identificat cu Internetul, deși reprezintă doar o parte din el. Hypertextul se deosebește de textul în format tradițional („textul de hârtie”) prin următoarele cele mai importante trăsături:

Nonlinearitatea (sau **nelinearitatea**) – care încă nu și-a atins apogeul; este considerată caracteristica principală a hypertextului: acesta nu are început nici sfârșit, nu are limite sau granițe fixe. Ideea se trage încă de la Derrida despre textul fără frontiere („Despre grammatologie”, 1967), din dialogismul sau lumea dialogică în viziunea lui Mihail Bahtin. De asemenea, descrierea pe care o propune Roland Barthes „textului ideal” în „S/Z” (1970) este izbitor de asemănătoare cu descrierea nonlinearității hypertextuale. Textul tradițional este închis și finit, hypertextul este infinit și deschis. Spre deosebire de textul cărților tipărite pe hârtie (poate fi urmărită o întreagă epopee a scrisului – de la papyrus până la computer), *e-textul* (o altă denumire a hypertextului) poate fi parcurs mult mai dinamic. Putem intra în hypertextul electronic când vrem, de unde vrem și putem ieși din el în orice moment și de oriunde, numai să avem acces la rețeaua globală Internet, să avem o parolă de intrare, să respectăm convențiile impuse de acest nou mod de scriere și citire. Datorită lanțului de texte al Internetului, ne putem conecta la o multitudine de surse de informație, transformând actul lecturii într-o explorare, o navigare prin informații – prin intermediul hyperlinkului. Metafora labirintului funcționează foarte bine în cazul acestei trăsături: internautul se mișcă haotic din link în link, pierzându-se și rătăcindu-se tot mai mult și mai mult în rețea – lectura devine tot mai superficială și mai fragmentară, nu există profunzime, numai semnificații de suprafață. În acest travaliu creator, în această nonlinearitate se reflectă epistema postmodernistă, se produce o mare ruptură – un megalink, dacă se poate spune așa, ruptura dintre textul „de hârtie” și textul dinamic (mediat de tehnologie, de astă dată). Cu toate acestea, observă cercetătorii, omul postmodern, aflat în centrul acestei rupturi, e obligat să găsească un nou mod de a se fixa, de a se lega prin text de textul culturii (lumii). Sistemul categorial devine mai subtil și mai dificil de operat. În mod absolut paradoxal, linkul marcând absența, o transformă în prezență – altfel spus, o perpetuă deschidere spre închidere sau invers. „Тем не менее, познающий субъект стремится воссоздать целостность культуры, придать ей некую, пусть свободную и аморфную, но форму. В условиях хаотичных, распределенных структур существования нелинейный текст, рассредоточенный в пространстве, дает возможность свести множества значений воедино во времени и тем самым обеспечить целостность восприятия. Вероятно поэтому идея гипертекста приобретает такую популярность.” [24].

Creativitatea fără precedent a internauților – sistemul însuși solicită crearea de termeni noi, terminologia informatică fiind cea mai activă: cuvinte compuse, expresii și chiar frazeologisme „internautice”, discurs repetat supus modificărilor în funcție de noul context electronic; se schimbă punctuația, sistemul de abreviere, morfosintaxa și topica unor importante segmente ale limbajului etc. Noua tehnologie antrenează subiecții de limbaj electronic într-un viu și „excitant” exercițiu de creare a resurselor linguale de exprimare (noul spațiu își creează noul limbaj!) [a se vedea 4].

Globalitatea – fenomenul internetizării fiind unul global, hypertextualizarea (ca procedeu de transpunere într-un nou format a expresiei textuale a existenței umane) se transformă și ea într-o practică care este însușită la nivel global. „Accesul la modalitățile de transmitere a informației este unul nemaiîntâlnit până acum în istorie. Din cei 6,412,067,185 de locuitori ai planetei, 888,681,131 se pare că au acces la internet.” [25, p. 16]. Alte surse vorbesc deja despre un miliard de consumatori de Internet (încă în 2005) [26].

Virtualitatea – fenomen și spațiu în care limbajul se produce și se manifestă – este considerat de către specialiști un spațiu virtual devenit deja realitate. Însăși noțiunea de „virtual” (fiind adeseori echivalată ca sens cu *electronic*) se cuvine a fi reconsiderată, dicționarele explicative oferind definiții care nu se pliază deloc pe spațiul cyber [de exemplu, 27].

Libertatea și democratismul relațiilor comunicative așa cum se vizualizează actualmente în spațiul internetului constituie un nivel de organizare spontană cum n-a mai cunoscut omenirea până în prezent. Nu există un centru (descentralizarea) sau o persoană care să dirijeze acest proces, nu există margini nici limite ale comunicării.

Citaționalitatea – orice unitate informațională (de la o literă sau chiar fragment de literă, mai exact de la un *pixel* – cel mai mic element al unei imagini care poate fi procesat individual într-un sistem de afișaj video [28] sau, informaticienii știu mai bine, un *bit* – unitate elementară de informație [29], un semn grafic, o imagine, un sunet etc. până la cele mai mari posibile texte sau hypertexte. (Într-un viitor mai îndepărtat, la modul absolut și ideal, se pare că chiar întreaga producție electronică va putea fi re-produsă – ca citat – într-un alt sistem încă mai performant, tot webul cu toate hypertextele lui va putea fi citat.) Trăsătura în cauză (textul internetului este citabil de la un capăt la celălalt) este operațională și facilitată de însuși sistemul tehnologic, care se efectuează printr-o elementară operație de inserare (încadrare) a textului, copiere și plasare în altă parte a spațiului virtual (în alt document, în alt text, în alt hypertext – în alt „docuvers”, cum ar spune Nelson). Aceasta e tehnologia *copy/paste* – care a evoluat fenomenal, iar în evoluția ei a generat și efecte colaterale dintre cele mai penalizabile cum ar fi plagiatismul pe net. În definitiv, totul este de citit și de citat.

Fragmentarismul – viața însăși fiind pe bucăți, segmentată – orice fenomen (inclusiv limbajul, inclusiv cel electronic), orice obiect este divizibil în elemente mai mici, constitutive. Blocul de text (sau ceea ce Barthes denumea *lexia*) sau fragmentul de text sau, cu un termen nou – *textonul* [probabil, *text + on-line*] sunt noile unități pe care le generează sistemul textual-electronic. *Hyperlinkul* e cealaltă extrem de importantă unitate a hypertextului [a se vedea 30²].

Discontinuitatea – reprezintă ruptura care este adeseori invizibilă în spațiul electronic. Opus al continuității, discontinuitatea e locul gol, e spațiul (blancul) dintre cuvinte, dintre texte, e tăcerea de care vorbea Heidegger, e saltul semiorb din link în link, din (hyper)text în (hyper)text, și de acolo într-altul și tot așa la nesfârșit. Tăcerea (sau pauza/lipsa semnificantului fonetic) nu mai e o categorie strict filosofică – despre acest din urmă concept discută inclusiv lingviștii de renume; cf. Eugeniu Coșeriu, *Lecții de lingvistică generală*, ARC, 2000, p. 233 (a se vedea și: Gianni Vattimo. *Dincolo de subiect. Nietzsche, Heidegger și hermeneutica*. Constanța, 1994, p. 84-125; Gian Paolo Carpettini. *Semiologia povestirii*, Pontica, 2000, p. 197-206 etc.). Discontinuitatea hypertextului mai e și eroarea din el, e spiritul anacolutic, care înseamnă „deviere” de la conceptul inițial sau „noncoerență”. Conceptul de discontinuitate în mediul electronic al textualității se manifestă prin absența relațiilor între părțile constitutive ale unui hypertext; b) neconcordanța în categoriile comune a unităților informaționale; neconcordanța timpurilor în care se produc diferite hypertexte etc.

Descentralizarea – hypertextul nu are centru, nimeni nu dictează, nimeni nu obligă.

Nonierarhicitatea – în cadrul hypertextului nu există ierarhii, nu există subordonare care nu are niciun fel de ierarhii (nonierarhicitate) (deși unii cercetători sunt înclinați să creadă că anumite ierarhii sociale oricum se instituie stihic).

Fluiditatea – „Hypertextul este deschis permanent schimbării. Textul este solid, hypertextul este fluid. Un text poate fi atins, se manifestă material. Hypertextul se manifestă doar în cyberspațiu. <...> Hypertextul poate fi permanent distrus și creat fără să se producă modificări la nivelul suportului fizic. <...> Textul este permanent prezent în lumea reală, hypertextul este doar temporar prezent” [3, p. 10-11].

Mozaicitatea – descentralizarea, dispersiunea, puzzle-ul, rizomatismul (Deleuze), fragmentarismul sunt rude cu forma mozaicală de împrăștiere și de adunare a informației textuale, așa cum o pune la dispoziția internautului Internetul. În interiorul structurilor de mozaic pot exista atât informații textuale ordonate, cât și neordonate.

Variativitatea – se manifestă în faptul că textonul, linkul și hypertextul pot varia fără să existe limite; anumite programe pot păstra toate variantele de lucru în procesul de redactare a unui text (hypertext); orice comentariu adăugat unui text din partea internauților îl extind la nesfârșit și îi adaugă progresiv semnificații în actul lecturii.

Dialogismul și polifonia – așa cum au fost inițial descrise de Mihail Bahtin, iată că se arată în toată splendoarea în spațiul virtual; Internetul e vocea tuturor vocilor și totodată vocea fiecărui internaut în parte; comunicarea, hypertextul și hyperdiscursul reprezintă modul de existență cel mai activ al subiecților internauți.

Interactivitatea acestui tip de comunicare se poate deduce din trăsătura anterioară – orice afirmație, replică cere la rândul ei reacția de răspuns. Chatul, poșta electronică, blogul, forumul, portalul, lista de discuții cu comentariile postate etc. – toate sunt forme ale interactivității persoanelor consumatoare de internet, respectiv consumatoare de hypertext.

Deschiderea este caracteristica hypertextului constând în ceea ce Umberto Eco numea „opera aperta”, adică spațiu accesibil tuturor, deschis tuturor, interpretabil la nesfârșit (despre deschiderea textului vorbea și M. Bahtin: „неисчерпаемость, незавершенность, открытость” [31]). Oferă principii egale de participare la masa comună tuturor internauților – fără discriminări rasiale, lingvistice, sexuale sau profesionale; nu marginalizează decât prin necunoașterea regulilor, precum și prin nivelul de cultură generală.

Infinitul – hypertextul nu are nici început, nici sfârșit. Orice text este deschis continuu către alte texte. Fiind categoria cea mai importantă a limbii, textul are dimensiunea infinitului la fel ca și limba însăși. Problema infinitului textului în mod clar este prezentată în lucrarea lui R. Barthes «S/Z» (1970).

Neomogenitatea este trăsătura care atestă diferența dintre textele postate în format electronic atât sub aspectul formei, cât și al conținutului.

Multimedialitatea (hypermedia) – se referă la interacțiunea cu alte medii. Atunci când într-un text online sunt inserate, pe lângă deja obligatoriile hyperlinkuri, și înregistrări audio și video fotografii, ilustrații, animații, filme etc. – această proprietate se numește multimedia hypertext. Httextele tind să devină cât mai vizibile, vizualizate și încărcate cu alte semne nontextuale (vizuale). Textul încetează să mai fie doar text.

Modificarea relației autor-cititor. Dacă în textul tradițional cititorul nu are decât o funcție pasivă, de neimplicare – el nu poate nici interveni în text, comentariul său va fi mai totdeauna unul lăsat pe dinafara textului de bază. Categoriile pragmatice de

cititor și lectură au ajuns în postmodernitate extrem de importante în definirea valorii și coparticipării la crearea de sens. Sens i se poate da unui text numai prin participarea la actul de lectură din partea cititorului. Numai așa se naște semnificația unui text. Internautul se transformă din lector pasiv în producător activ de text și hermeneut al acestuia.

Anonimicitatea este una din trăsăturile care s-au impus din nevoia consumatorului de net de a-și ascunde adevărata identitate atunci când își expune un anumit punct de vedere pe care nu l-ar exprima liber în public. Din nevoia de securitate, dar și pentru a se ascunde îndărătul unui nume inventat sau „fals” (dar care totuși îl reprezintă), utilizatorul recurge la un nume de cod (sau nickname).

Depersonalizarea se produce în momentul când hypertextul în general devine al tuturor și al nimănui concomitent. Preluarea frauduloasă (plagiatul) de texte și postarea lor fără indicarea autorului e și ea una din modalitățile de depersonalizare a textului.

Identitatea duplicitară sau multiplicitară (inclusiv lingvistică) – adică netățeanul poate interacționa cu ceilalți con-netățeni în orice limbă pe care o cunoaște sau chiar într-o limbă pe care o cunoaște aproximativ; acesta își poate construi o identitate sau mai multe care coincid prea puțin sau nu coincid deloc cu cea reală – din dorința de a-și manifesta alte laturi pe care realitatea i le constrânge sau i le reprimă – și toate acestea se produc prin intermediul limbajului în care se exprimă, se expune în spațiul virtual.

Jocul semnificanților – având capacitatea de a stabili variate și infinite legături prin intermediul linkurilor (unul dintre cele mai importante concepte ale hypertextului), textul electronic atrage în câmpul său toate unitățile informaționale, infuzându-le un spor de semnificație; interacțiunea continuă scoate la suprafața noului mod de comunicare termeni, metafore și argotisme care revoluționează limbajul online.

Dispersiune structurală – împrăștierea în tot spațiul online a hypertextului sub forma unor structuri-„cuiburi”, în care se poate intra de oriunde, ieși la fel, fără rest și fără obligații.

Independență temporală și spațială – hypertextul e în afara timpului și în afara spațiului real – nu e doar o metaforă.

Integrabilitatea – e proprietate a hypertextului de a integra la nesfârșit alte și alte texte, alte și alte hypertexte în sens restrâns.

Creolizarea – textul creolizat este un text mixt, alcătuit din două componente neomogene: verbală/linguală și nonverbal (aparținând altor sisteme decât limbajul natural), de exemplu: textul reclamelor, comicsurilor, afișelor, placatelor, posterelor etc. (a se vedea, bunăoară, 32].

Etc., etc. (după unii cercetători, O.V. Dedova [11], de exemplu, acestea ar putea fi reduse la doar 5 – a se vedea bibliografia de mai jos). Fiecare cercetător considera importante anumite trăsături; clasificările sunt mult prea multe și prea diferite).

Câteva concluzii. Omenirea se reinventează hypertextual la nesfârșit. Internetul doar a permis vizualizarea acestor conexiuni, acestor relații. De-acu încolo această megaindustrie-tehnologie care este WEB-ul va pune stăpânire tot mai mult pe inteligența ei. William Henry Gates al III-lea (nimeni altul decât Bill Gates), co-fondatorul (împreună cu Paul Allen) al Microsoft Corporation, ne îndeamnă: «Избавьтесь от гнета бумаги. <...> Переходите к веб-стилю жизни» [33]. Iar viitorul, în care lingvistica și literatura

hypertextuală vor avea un cuvânt greu de spus, este Webul semantic. Și acest subiect merită un studiu aparte [cf., cel puțin, 34].

Ordine în haos, haos ordonat, labirint sau rizom, rețea sau păianjen – așa este văzut Internetul și hypertextul în calitatea sa de concept fundamental. Așadar, hypertextul e un tip special de comunicare în scris, o formă specială de organizare a textului scris, mediată de computer, caracterizată prin neliniaritate, fragmentarism, variativitate, polifonie, neomogenitate, interacționalitate, multimedialitate, creativitate, anonimitate, identitate duplicitară sau multiplicitară, inclusiv lingvistică, libertate și independență temporală și spațială etc. Se schimbă chiar raportul autor – cititor, cititorul se transformă pe de o parte în navigator, pe de alta – în coautor, toate acestea fiind dovada vie a faptului că hypertextul reprezintă un macrosemn al limbajului virtual sau mai exact al limbajului mediat de computer. Textul trimite la alte texte în primul rând, și nu la referenți, așa cum bine observase încă Ferdinand de Saussure. În noul spațiu de afirmare a limbajului – cyber – hypersemnul devine posesorul unor numeroase alte trăsături, pe care anterior nu le-a cunoscut. Rămânând oarecum insuficient cercetate (în pofida faptului că este domeniul filologic poate cu cele mai multe și mai importante contribuții), textul și textologia au intrat rapid pe făgașul intertextologiei, iar de curând – în cel al hypertextologiei. Nicăieri în altă parte fenomenul intertextului nu și-a găsit o exprimare mai clară și mai completă decât în hipertextul Internetului – intertextul grandios al erei postmoderne.

Încheind acest scurt omagiu adus Internetului și instrumentului cel mai important al acestuia – vom reține că Hypertextul e opusul și totodată continuarea Textului, el reprezintă evoluția clară a scrisului și cititului către o nouă dimensiune – deocamdată – 3D. Hypertextul este și nu este. Textul rămâne, dar e rigid, fix, hypertextul e lichid (există și proiecte în acest sens: *liquidpub* – publicații lichide). Pe lângă multitudinea de calități, hypertextul e și haos, schizofrenie, instrument care favorizează lipsa de orientare și de concentrare, amestecul valorilor și incapacitatea de a le discerne, plagiarismul etc. Hypertextul însă face parte din criza globală, e luptă, e dărâmare de viziuni, e revoluție în gândire, în mentalitate, e halucinație. Dar până aici e unicul punct de sprijin pentru a răsturna Universul tradițional [a se vedea și 25].

Johann Gutenberg, creatorul tiparului (1450), este considerat omul mileniului I. Albert Einstein, cu teoria relativității, este considerat omul mileniului II. Cine va fi considerat omul următorului mileniu?

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

1. КАЛЫМЫКОВ А. А. *Гипертекст мышления и экология коммуникативных пространств*. <http://jarki.ru/wpress/2010/12/19/1598/> (vizitat 02.06.11).
2. ШЛЫКОВА О. В. *Феномен мультимедиа. Технологии эпохи электронной культуры*. М.: МГУКИ, 2003.
3. POP, Liviu. *Internet și filosofie. Versiunea 0.1.*; http://uzinaduzina.net/internet_si_filosofie_versiunea0.1.pdf (vizitat 05.06.11).
4. MLADIN, Constantin-Ioan. *Spre o recodare a modului de comunicare scripturală. Sau despre tirania democratică a cyberlimb@jului* http://iit.iit.tuiasi.ro/philippide/distorionari_2008/237-248%20MLADINREDpdf (vizitat 09.06.11).

5. <http://dboy.wordpress.com/2006/12/13/aka-arond-coada-de-maimuta/> (vizitat 09.06.11).
6. ВОЙСКУНСКИЙ, А. Е. *Метафоры Интернета*. În: **Вопросы философии**, nr. 11, 2001, p. 64-79. <http://www.relarn.ru/human/cyberspace.html> (vizitat 17.04.11).
7. ИГНАТЬЕВА, А. С. (2006). *Метафорика научно-публицистического медиа-текста online формата* [Электронный ресурс]: На материале английского и немецкого языков: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Иркутск: РГБ, p. 188-191; <http://diss.rsl.ru/diss/06/0456/060456042.pdf> (vizitat 20.04.11)
8. BEJAN, Ștefania (2002). *Metafora în narativitatea multimedia*. În: *Hermeneia. Revistă de studii și cercetări hermeneutice*. Iași: Editura Fundației Academice AXIS, p. 160-165; <http://www.scribd.com/doc/12922931/Hermeneia-Metafora-Si-Interpretare> (vizitat 15.04.11).
9. CRYSTAL, David. *Language and the internet*. Cambridge University Press, 2006. 304 p.
10. ZAFIU, Rodica. *Stilurile Internetului* http://www.romlit.ro/stilurile_internetului (vizitat 27.02.10)
11. ДЕДОВА, О. В. *Лингвосемиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета)*: дис. ... д-ра филол. наук: 2006, 253 с. <http://www.dissercat.com/content/lingvosemioticheskii-analiz-elektronnogo-giperteksta-na-materiale-russkoyazychnogo-interneta> (vizitat 15.06.11).
12. РЯЗАНЦЕВА, Т. И. *Теория и практика работы с гипертекстом (на материале английского языка)*. Москва, 2008, 208 с.
13. ГОРОШКО, Е. И. *Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы*. <http://textology.ru/article.aspx?aId=76> (vizitat la 05.10.10).
14. БОРИСОВА, Е. Б., СТРОЙКОВ, С. А. *Использование электронного гипертекста при сопоставительном лингвопоэтическом анализе художественного произведения*. Известия Самарского научного центра Российской академии наук, т. 12, № 3, 2010. http://www.ssc.smr.ru/media/journals/izvestia/2010/2010_3_146_150.pdf (vizitat la 05.10.10).
15. ИВАНОВ, Л. Ю. *Язык интернета: заметки лингвиста*. 2000. <http://www.faq-www.ru/lingv.htm> (vizitat la 05.10.10).
16. HUBER, Oliver Karl Josef. *Hipertext eine textlinguistische Untersuchung*. Magisterarbeit in der Philosophischen Fakultät für Sprach- und Literaturwissenschaft II. Universität München. http://huberoliver.de/downloads/Magisterarbeit_Oliver_Huber.pdf (vizitat 05.10.10).
17. ERTZSCHEID, Olivier. *Les enjeux cognitifs et stylistiques de l'organisation hypertextuelle: le Lieu, Le Lien, Le Livre*, 2004. <http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00006260> (vizitat 15.01.2011).
18. NELSON, Theodor H., „A File Structure for the Complex, the Changing and the Indeterminate.” *Proceedings of the ACM 20th National Conference*, 1965, p. 84-100. <http://www.scribd.com/doc/454074/A-File-Structure-for-the-Complex-The-Changing-And-the-Indeterminate> (vizitat 16.06.11).
19. UNGUREANU, Elena. *Biblia, Biblioteca și „Biblio”-netul ca hipertext*. În: *Akados*, 2010, nr. 4(19), p. 65-70. <http://www.akados.asm.md/files/Biblia,%20biblioteca%20si%20biblionetul%20ca%20hipertext.pdf>

20. THE HOLY BIBLE; http://www.intratext.com/ixt/rum0001/_index.htm (vizitat 20.04.11).
21. УФИМЦЕВ Роман. *Хвост ящери. Метафизика метафоры*; <http://www.metaphor.ru/er/lizard/tail.xml> (vizitat 15.06.11).
22. <http://xanaducom/xuTheModel/> (vizitat 17.06.11).
23. LANDOW, George. <http://www.cyberartsweb.org/cpace/ht/jhup/contents2.html> (vizitat 10.02.11)
24. КУПЕР И. Р. *Гипертекст как способ коммуникации*. <http://www.nir.ru/sj/sj/sj1-2-00kuper.html> (vizitat 15.06.11).
25. POP Liviu. *Cyberutopii și critică Internet*; <http://uzinaduzina.net/cyberutopiisicrticiainternet.pdf> (vizitat 21.05.11).
26. САВИЦКАЯ Т.Е. *Африка внутри нас: парадоксы современных процессов визуализации культуры*/ Обсерватория культуры, 2006, № 6, с. 30-35. http://www.ifapcom.ru/files/Monitoring/savitskaya_africa_inside.pdf (vizitat 09.06.11).
27. dex online <http://dexonline.ro/definitie/virtual> (vizitat 11.06.11).
28. dex online <http://dexonline.ro/definitie/pixel> (vizitat 11.06.11).
29. dex online <http://dexonline.ro/definitie/bit> (vizitat 11.06.11).
30. МАХОВ, Алексей Сергеевич. Типология художественных гипертекстов на основе немецкоязычных интернет-сайтов 2010 Автореф. <http://www.dissercat.com/content/tipologiya-khudozhes-tvennykh-gipertekstov-na-osnove-nemetskoyazychnykh-internet-saitov> (vizitat 17.06.11).
31. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва, Искусство, 1979, с. 343.
32. ЕЛИНА Евгения. *Семиотика рекламы*; <http://lib.ololo.cc/b/157063/read> (vizitat 15.06.11).
33. Гейте Б. Бизнес со скоростью мысли. – М.: Эксмо-Пресс, 2000. – С. 58, 127; citat apud [26].
34. ГОРОШКО Е. И. *Гипертекст 3.0: лингвистический анализ* (vizitat 12.06.11).

NOTE

¹ „а) метод объединения документов; б) текст, организованный по-особому; в) механизм, позволяющий эти тексты организовать; г) форма организации материала; д) средство организации текстов; е) документация, которая ветвится” [23].

² „**текстон**, сравнительно небольшой по своему объему линейно организованный блок текста и **гиперссылка**, представляющая собой средство, делающее возможным переход от одного текстона к другому. Гиперссылки выполняют важную функцию связывания гипертекста в единое целое. От того, какая гиперссылка актуализируется, зависит порядок следования текстонов в гипертексте и это, соответственно, может влиять на характер восприятия читателем всего гипертекста. Анализ практического материала позволил определить принципиально новую стратегию работы с художественным текстом: прочитав один и тот же гипертекст несколько раз, читатель может выявить несколько смыслов, выстраивая, таким образом, более объективную картину действительности” [30].