

ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ՏԵՔՍՏԵՐԻ ԴԱՍԱԿԱՐԳՈՒՄԸ՝ ԸՍՏ
ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԾԱՎԱԼԻ

Երկու հազար երկու թվականին ռեժիսոր Էնդրյու Նիկոլը նկարահանեց «Սիմոնա» գիտաֆանտաստիկ ֆիլմը¹, որի գլխավոր հերոսուհին երևակայական էր՝ հավաքված համակարգչային ծրագրի միջոցով, կողերի մի կույտ՝ սկսած անունից: Հերոսուհու իդեալականությունը անկանխատեսելի փառք բերեց նրան: Այս պատմությունը գրեթե անհավանական թվաց հանդիսատեսին, ինչպես ժամանակին ժյուլ Վեռնի նկարագրած սուգանավը: Բայց ֆիլմը բոլորովին էլ ֆանտաստիկ չէ, հակառակ դեպքում ստիպված ենք ֆանտաստիկա համարել սոցիալական կայքերը նույնպես, որտեղ այսօր յուրաքանչյուրը կարող է ունենալ իդեալական ամեն ինչ՝ սկսած խոսքից մինչև մի ամբողջ կերպար:

Իրական կյանքից ընդամենը փշուրներ ներառող կամ ներկայացնող սոցիալական կայքերում, որքան էլ հիասթափեցնող լինի, պարզապես ֆիզիկոսներ են «ապրում»: Այստեղ շնչող, շարժվող ոչինչ չկա. յուրաքանչյուր իրական անհատ ստեղծում է իր բառիս բուն իմաստով դիմակը, համակարգչային լեզվով ասած՝ պիտակը (shortcut), որ առանց իր գոյության անպիտան է: Սոցիալական կայքերում կազմվող անհատական պրոֆիլները հակված ենք հենց «պիտակ» անվանել: Եթե տեքստը սահմանենք որպես առհասարակ հաղորդակցում իրականացնող միավոր, ապա պիտակն ընդհանրապես տեքստ է՝ հաղորդակցում իրականացնող, տեղեկություն կամ տեղեկություններ կրող ու փոխանցող: Պիտակը յուրահատուկ բաղադրություն կամ կառուցվածք ունեցող տեքստ է, որ կազմվում կամ ներառում է ամենատարբեր որակի տեքստեր՝ մշակութային արժեք ունեցող բարդ միավորից մինչև ավանդական պարզագույն երկխոսություն: Պիտակն ամբողջությամբ լեզվական մեկ տեքստ է, և դրա բաղադրիչները նույնպես լեզվական առանձին տեքստեր են՝ բացահայտ կամ ոչ. այդպես է, քանի որ ցանկացած վերլուծություն լեզվական միավորների շնորհիվ է կազմվում: Պիտակի բաղադրիչ որոշ տեքստեր բացահայտ լեզվական են՝ անունը, կարգավիճակը (статус, status), մեկնաբանությունը (комментарий, comment), ֆորումը, իսկ մյուսների դեպքում լեզվական տեքստը ստաց-

¹ [Stu.ru.wikipedia.org/wiki/Симона_\(фильм\)](http://Stu.ru.wikipedia.org/wiki/Симона_(фильм)):

վում է միայն վերլուծության դեպքում՝ նկար, երաժշտություն, խաղ: Ամեն ինչ կողավորված է, և այս կամ այն պիտակի հետ հարաբերություն զարգացնելու համար անհրաժեշտ է նախ վերծանել կողավորումը: Անկախ նրանից, թե կողմ ինչպես է արտահայտվում, կազմվում, վերծանելուց հետո այն միշտ վերածվում է լեզվի: Ումբերտո էկոն այս անցման ճշգրիտ պատկերն է տալիս²: Այլ կերպ դժվար է պատկերացնել, մարդն ու իր խոսքը ուղիղ համեմատական են իրար. որտեղ մարդն անձամբ չի ներկայանում, կարող է իր խոսքը փոխանցել: Սոցիալական կայքերը, որոնց էությունը հաղորդակցում իրականացնելն է, աստիճանաբար վերածվել և դեռ վերածվում են մի տեսակ ինքնարտահայտման, ինքնաներկայացման, շատ հաճախ էլ՝ ժամանցի միջոցի: Այս երեքն իրականացնելու համար լեզվական տեքստը կարող է դրսևորվել հինգ մակարդակով: Դրանցից երկուսը ինքնաներկայացում են իրականացնում, մյուս երկուսը՝ մեծ մասամբ ինքնարտահայտում, իսկ մեկը՝ ժամանց:

Այս բոլոր տեսակներն էլ միշտ ուղղված են ինչ-որ մեկին. բոլորի դեպքում էլ ենթադրվում է հասցեատեր, եթե նույնիսկ հասցեատերը բացահայտ կամ անմիջապես հասկանալի չէ, մեկ է, տեքստը կազմելիս հեղինակն ինչ-որ մեկին նկատի է ունենում որպես ընկալող՝ կա հաղորդող, կա հաղորդագրություն և կա հասցեատեր³: Այս տեքստերը, ճիշտ է, ոչ միշտ են բացահայտ լեզվական, բայց միշտ կողավորված են, քանի որ նույնիսկ կարգավիճակը, ֆորումը և անունը, որ կազմվում են բացառապես լեզվական միավորներով, կարող են և մեծ մասամբ նույնիսկ պետք է ընկալվեն ոչ ուղիղ իմաստով: Դասակարգման ժամանակ պետք է մի կողմ թողնել այն, թե մասնավորապես ինչ կողերով են ներկայացվում պիտակը լրացնող կամ կազմող տեքստերը: Առաջին հերթին պետք է հաշվի առնել, թե որքան տեղեկատվություն է ներառում այս կամ այն կողը, թե որն է դրանց դերը ընդհանրապես պիտակի վերլուծության մեջ: Այսպես. առաջին մակարդակը անունն է: Անուն-տեքստն ունի գրեթե վճռորոշ և երբեմն՝ նպիրական նշանակություն տվյալ պիտակի համար: Անուն-տեքստը կազմվում է տարբեր սկզբունքներով. գրվում է պարզապես իրական անունը և ազգանունը, միայն անունը՝ աղավաղված կամ չաղավաղված, իրական անվան և ազգանվան ինչ-որ հապավում, պիտակի անունը կարող է ընտրվել՝ նկատի ունենալով ինչ-որ հատկանիշ՝ տիրոջը բնութագրող կամ տիրոջ համար ցանկալի, անունը կարող է ամբողջանալ նաև սիմվոլներով, որ, իհարկե, միշտ ինչ-որ բան է

² Տե՛ս Эко У. Роль читателя. М., 2005, стр. 15, рис. 1:

³ Տե՛ս Эко У., նշվ. աշխ., էջ 14:

նշանակում: Ընտրությունը բացատրել լեզվաբանությունը չի կարող: Առաջին երկու դեպքերում փաստորեն գործ ունենք բացահայտ բովանդակության հետ, իսկ մյուս դեպքերում բովանդակության համար տեքստը նշան է, որ ուղղակի կամ անուղղակի ցույց պետք է տա ինչ-որ բովանդակություն: Բայց տեղեկատվությունը կամ բովանդակությունը, որ տևրը խնամքով շղարշում է այս կամ այն նշանով, հիմնականում տարբեր կերպ է ընկալվում: Դրա ամենապարզ օրինակն է այն, որ հայերեն տառատեսակը հաճախ անհասկանալի նշանների է վերածվում տարբեր սարքավորումներով ընթերցելիս, և ենթադրենք՝ մեկը անունը կազմում է հայերեն տառատեսակով, բնական է, ընդունողը, որ բոլորովին այլ բան է տեսնում, պետք է ենթադրություններ անի կամ էլ ուշադրություն չդարձնի: Իհարկե, ամենագրավիչը միայն սիմվոլներով կազմված անուններն են, որ սովորաբար ոչ թե ճշգրիտ վերծանվում են, այլ թույլ են տալիս շարժել երևակայությունը: Էլեկտրոնային հաղորդակցում իրականացնող տեքստի առաջին մակարդակը հատկապես կարևոր դեր ունի չաթում, որտեղ այն ինքնաներկայացման առաջին և որոշիչ միջոցն է. անունն է որոշում պիտակների զրույցի թեման և ընթացքը (փաստ է այն, որ, օրինակ, «տիկնիկային» անունները աչքի ընկնող են, և անվան «տիկնիկայնության» աստիճանը համապատասխան տրամադրություն է ստեղծում այն կրողի նկատմամբ, և յուրաքանչյուր տրամադրություն զրույցն իրեն է հարմարեցնում):

Սոցիալական կայքերում տեքստի այս մակարդակը լրացվում է մյուսով՝ նկարով: Պիտակի նկարը հաստատում կամ չի հաստատում անունից ստացված տեղեկատվությունը. եթե անունն ու նկարը «խոսում» են նույն լեզվով, ապա ամենայն հավանականությամբ վերծանումը ճիշտ է ստացվել: «Ամենայն հավանականությամբ», որովհետև տեքստի բոլոր մակարդակներից նույն տեղեկատվությունը ստանալու դեպքում միայն կարող ենք լիովին վստահ լինել, որ փոխանցվող բովանդակությունը աղավաղված չի հասել ընկալողին: Ճիշտ է, նկարը անմիջապես լրացնում է պիտակի անունը, բայց այն անհամեմատ բարդ կողավորում է. ընդամենը մեկ կետը կարող է հազարավոր վերլուծություն ստանալ, և, համոզված ենք, չկա այնպիսի պատկեր, որ մեկ վերլուծություն ունենա: Վերլուծությունը, որ լեզվի միջոցով է արտահայտվում, միտքն է՝ առաջացած փոխանցված տեղեկատվությունից և ինքն էլ ենթակա փոխանցման: Այս առումով «հարցը բարդ է, քանի որ խոսքով փոխանցվող միտքն անսահման է, իսկ այն արտահայտող լեզվական միջոցները՝ սահմանափակ»⁴: Պիտակ կազմողը կարող է որպես պիտակի նկար ընտրել մի պատկեր

⁴ См и Жинкин Н. Речь как проводник информации. М., 1982, стр. 72.

ու դրանով մեկ բառ փոխանցել, այդ պատկերը կարող է ընկալվել որպես մի ամբողջ պատմություն և ավելին կամ էլ հեղինակը կարող է ընդարձակ բովանդակություն ամփոփել մեկ նկարով, որը, սակայն, կընկալվի որպես ոչինչ կամ լավագույն դեպքում մի բան: Նկարի ընտրությունն էլ նման է անվան ընտրությանը՝ պարզապես սեփական նկարը, պիտակի տիրոջ համար ինչ-որ նշանակություն ունեցող պատկեր, վիճակ արտահայտող պատկեր և այլն:

Նկարով կողավորված տեքստը գերճկուն է. գույնը, չափը, ձևը, ցանկացած մանրուք մի էական բան կարող են փոխել բովանդակության մեջ: Դենց այս սկզբունքով են կազմվում նաև գովազդային պատկերները, որոնք հազվադեպ՝ օգտակար և սովորաբար խանգարող են լինում տվյալ պահին ստացվող անհրաժեշտ ու կարևոր տեղեկատվության համար: Զենք կարող դրանք չհիշել, քանի որ առաջին ակնթարթում էկրանին եղած բոլոր պատկերները կարծես միաձուլված են ընկալվում, և հետագա ակնթարթների ընթացքում է միայն պիտանին անպիտանից զանազանվում: Նկարը տեքստի մակարդակներից ամենահակասականը և ամենավտանգավորն է այն իմաստով, որ հուսալի հաղորդիչ չէ: Դնարավոր է նկարի բացակայություն նույնպես, որ, ի դեպ, սովորաբար երկու հիմնական բացատրություն է ստանում. մեկն այն է, որ հեղինակը «բաց» չէ հաղորդակցման համար, մյուսն էլ՝ պիտակը պարզապես չի օգտագործվում, այսինքն՝ նկարի բացակայությունը սովորաբար բացասական կամ ժխտողական բովանդակություն է ավիտիում:

Ինքնարտահայտման հիմնական միջոց է երաժշտությունը: Պիտակներում կա երաժշտություն գտնելու և սոցիալական էջում տեղադրելու հնարավորություն: Երաժշտությունն ընտրվում է կամ տվյալ պահի տրամադրության թելադրանքով, կամ էլ անհատական ընդհանուր դիմագծին համապատասխան: Դետաքսիքի է, որ երաժշտությունը դիտվում է ոչ թե որպես որոշակի տեղեկատվության կրող (մինչդեռ այն, մեր կարծիքով, տեղեկատվության առաջին և գլխավոր կրողը պիտի լիներ), այլ պարզապես տրամադրություն, ճաշակ: Երաժշտությամբ անհատը սովորաբար առանց գիտակցելու, ականա է «պատմում» իր մասին. ստացողը կարող է ոչ թե որպես ասելիք, այլ այն տեղադրողի անձնական հատկանիշների մասին ինչ-որ բան հասկանալ: Սա, իհարկե, կարելի է կապել այն բանի հետ, որ երաժշտական հնչյունները շատ քչերի կողմից են վերլուծվում, վերածվում մատչելի միավորների՝ բառերի, պատկերների: Նշանակում է, որ «ամենատարողունակ» միավորը չնչին տեղեկատվություն է փոխանցում, հաճախ էլ պարզապես անտեսվում:

Ժամանցային ամենատարածված միջոցը պիտակին կցված խաղերն են, որոնք, ի դեպ, ավելի շատ տեղեկատվություն են փոխադրում, քան կցված

երաժշտությունը: Խաղը շատ հաճախ դառնում է տեքստի կրող, այնպիսի տեքստի, որ դուրս է գալիս մեկի՝ սուբյեկտի ենթագիտակցությունից և գնում է մյուսի՝ օբյեկտի ենթագիտակցություն. ենթադրենք՝ մեկը խաղում է, ապա ընկերներից մեկին նույնպես խաղալու հրավեր է ուղարկում. սա գիտակցաբար, իսկ ենթագիտակցությունն ասում է. «Ես խաղ եմ խաղում, միացիր ինձ», ստացողը գիտակցաբար ընդունում է հրավերը, իսկ ենթագիտակցությունն ասում է. «Խաղ էր խաղում»: Խաղի ընթացքում և տվյալ պիտակին կցված խաղերի ցանկն ուսումնասիրելիս առաջանում են բազմաթիվ վերլուծություններ: Խաղի ընթացքում անհատի մեջ անընդհատ խոսք է ձևավորվում՝ ուղղված իրեն հաղորդագրությամբ խանգարող ընկերոջը, խաղի հերոսներին, օրվա ընթացքում եղած ու անցածին և այլն:

Հաջորդ մակարդակի տեքստը՝ զրույցը, մի կողմից՝ ինքնարտահայտում իրականացնող, մյուս կողմից էլ՝ ժամանցային միջոց է: Զրույցն ամենամեծ, կարծես թե ճշգրիտ ու տեղեկատվության հիմնական կրողն է: Հենք կարող միանշանակ ասել, որ զրույցը ճշգրիտ է փոխանցում տեղեկատվությունը, քանի որ այն նույնպես ապահովագրված չէ խոտանից՝ տառատեսակի խնդիր, անփութության խնդիր, շտապողականության հետևանքներ և այլն: Այդպիսով, փաստորեն, խախտվում է տեքստի ընթացքը որպես հաղորդում և տեքստի ընթացքը որպես ընկալում: Այս մակարդակի տեքստը կարող է մի քանի տեսակով արտահայտվել՝ երկխոսություն, կարգավիճակ, մեկնաբանություն, ֆորում: Առաջին դեպքում երկկողմանի ակտիվ տեքստ է ստացվում՝ կարծես թե բացահայտ բովանդակությամբ: Երկրորդ դեպքում ստացվում է մի տեսակ մենախոսություն, որպես հռետորական դիմում արտահայտվող միտք, որ անսպասելիորեն կարող է արձագանք ստանալ ոմանց կողմից և փաստորեն կորցնել իր նախկին որակը:

Ինչպես կարգավիճակի, այնպես էլ ֆորումի ելակետ ձևակերպողը պասիվ զրուցակից է, և այս առումով սրանց հակադրվում է մեկնաբանությունը: Այս երեքն էլ ի վերջո դառնում են զրույց, միայն թե երկխոսության և այս ճանապարհով ձևավորված զրույցի կառուցվածքն ու նշանակությունն են տարբեր, ինչպես նաև ֆորումի ու կարգավիճակի դեպքում ստացվում է բաց զրույց:

Այսպիսով, հաշվի առնելով սոցիալական կայքերում հաղորդակցություն իրականացնող տեքստերի ընդգրկած տեղեկատվության ծավալը՝ կարող ենք այս տիպի տեքստերի հինգ մակարդակները ստորակարգել՝ սկսելով տեղեկության հիմնական կրողից՝ զրույց-տեքստ, անուն-տեքստ, նկար տեքստ, խաղ-տեքստ, երաժշտություն-տեքստ: Եթե մի կողմ դնենք կողավորում բառը, ապա փոխարենը պետք է հղում ասենք, որ աշխատում է նույն մեխանիզմով,

ինչ որ համակարգչային տեքստում տեղադրվող հղումը, բայց հակառակ ուղղությամբ. ոչ թե նախ ասելիքն է կազմվում լեզվական միջոցներով, հետո՝ դրան որպես լրացում կցվում մեկ այլ տեղեկատվություն⁵, այլ նախ առաջանում կամ ձևավորվում է ինչ-որ բովանդակություն, ապա՝ կապվում արդեն հայտնի, պատրաստի ձևի հետ: Թե ինչ կերպ իր արտահայտությունը կստանա այս կամ այն բովանդակությունը կամ թե ինչ բովանդակություն կարող է ունենալ այս կամ այն տեքստը, ընդհանուր առմամբ կապված է անհատական ինտելեկտի⁶, իսկ ավելի ճիշտ՝ տվյալ անհատի՝ արտաքին աշխարհի ըմբռնման հետ:

Classification of electronic texts according to the volume of information

The article draws attention to the texts in the electronic communication. Personal profiles in the social sites are viewed as a shortcut of person, and the components of personal profile are viewed as an encoded texts. Each of personal profile units is regarded as an unique and individual level of electronic communication. Thus, all of these text levels separated into five degrees. Every degree is characterized and evaluated. Observed degrees are arranged by volume of contained information.

⁵ Stu Попов Э. Общение с ЭВМ на естественном языке. М., 1982, стр. 269:

⁶ Stu Жинкин Н., նշվ. աշխ., էջ 79: