

## ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГИПЕРССЫЛОК В ЮРИДИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

*В. И. Поповская*

*Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия*

Рассматриваются особенности функционирования гиперссылок в неэлектронном (печатном) гипертексте. Выделяется три типа семантически маркированных гиперссылок в юридическом тексте: очевидные, неочевидные и открытые. Гиперссылками первого типа являются названия юридических документов, неочевидные гиперссылки реализуются посредством терминов-гиперссылок, гиперссылки третьего типа не содержат конкретного целевого элемента, поэтому в рамках данной работы названы открытыми.

**Ключевые слова:** гиперссылка, гипертекст, юридический текст, текст закона, юридический дискурс.

Особая организация юридического текста позволяет рассматривать его как гипертекст, то есть как «форму представления информации, при которой кодирование и раскодирование смысла выходит за пределы содержания отдельно взятой информационной единицы, оказывается зависимым от нелинейных парадигматических и синтагматических отношений, устанавливаемых как автором, так и читателем» [3. С. 6].

В структуре любого гипертекста выделяется два основополагающих элемента: информационная единица и средство, делающее возможным переход от одной информационной единицы к другой [1]. Средство связи между информационными блоками традиционно обозначается термином «гиперссылка» и в настоящий момент изучается в ряде работ как элемент структуры электронного гипертекста с точки зрения его функционирования в интернет-пространстве [3; 4; 6; 8] и др. Данный подход базируется в первую очередь на понимании гипертекста как «текста на экране компьютера», что объясняет использование дефиниций, в рамках которых гиперссылка сводится к средству навигации внутри электронного документа. В лингвистических исследованиях, посвященных анализу электронного текста, гиперссылка рассматривается как структурный элемент гипертекста, обеспечивающий его целостность и связность [2—5; 9].

В качестве основных характеристик гиперссылок, функционирующих в электронном тексте, традиционно выделяют: 1) самостоятельность (как смысловой единицы), 2) выделенность, то есть особое графическое оформление, позволяющее опознать гиперссылку даже без знакомства с контекстом, в пределах которого она расположена, 3) наличие

семантического значения (у вербально реализованных гиперссылок), 4) интерактивность, 5) поликодовость, 6) полифункциональность, 7) однонаправленность (возможность перехода от одной информационной единицы к другой в одном направлении) / двунаправленность (возможность не только перейти к другой информационной единице, но и вернуться обратно) [7].

Однако существование неэлектронных гипертекстов обуславливает необходимость рассмотрения явления гиперссылки без учета технической стороны ее реализации. Отметим, что изучению особенностей использования гиперссылок в печатном тексте в научной литературе уделяется недостаточно внимания. В рамках данной работы мы предпринимаем попытку описать особенности функционирования гиперссылок в юридическом (печатном) гипертексте.

О. В. Дедова отмечает, что в качестве гиперссылки может выступать любой элемент текста (слово, часть текста; позиция таблицы или списка; схема, рисунок, фотография или их часть [1. С. 186]), при этом каждый текстовый фрагмент, заключающий в себе возможность перехода к другой информационной единице, маркируется графически. Для визуального выделения элемента из основного текстового массива могут быть использованы различные графические средства: размер или цвет шрифта, подчеркивание, изменение текста при наведении курсора мыши и т. д. Отметим, что ссылки печатного гипертекста также, как правило, маркированы графически и обычно выделяются особым шрифтом (курсивом, подчеркиванием и т. д.). Таким образом, даже без знакомства с контекстом, в пределах которого

расположена гиперссылка, читатель должен видеть возможность перехода к другому текстовому фрагменту, то есть опознавать выделенный элемент как источник ссылки.

Следовательно, в научной литературе в качестве гиперссылок рассматриваются только те фрагменты, которые так или иначе графически выделены из основного текстового массива. При таком понимании невыделенные гиперссылки невозможны, так как они не сигнализируют читателю о необходимости нелинейного прочтения, а значит, неспособны обеспечить навигационную функцию. Однако анализ юридического дискурса в целом и законодательных текстов в частности показал, что специфика гиперссылок в текстах данного дискурса заключается в том, что гиперссылки маркируются не графически, а **семантически**. В законодательных текстах нами выявлено три типа семантических гиперссылок.

Гиперссылками первого типа являются названия юридических документов (законов, постановлений и т. п.). Графическими опознавательными элементами таких ссылок являются заглавные буквы, аббревиатуры и цифровые данные (номер документа, дата и т. п.). Подобные гиперссылки совпадают по оформлению с исходным текстом (формально не выделены), и содержат прямое или косвенное (название документа указано в скобках) указание на необходимость обращения к иному текстовому фрагменту (авторскую интенцию), его точный «адрес», «код доступа» к другому текстовому документу.

Ср.: «В данном случае в течение указанного периода заказчики руководствуются *положениями Федерального закона от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ “О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд”*» (ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 № 223-ФЗ. Ст. 3).

«Действие брачного договора прекращается с момента прекращения брака (*статья 25 настоящего Кодекса*), за исключением тех обязательств, которые предусмотрены брачным договором на период после прекращения брака» (Семейный кодекс РФ. Ст. 43).

Данные элементы текста мы считаем гиперссылками, так как, будучи фрагментом отдельной статьи, они не несут никакой информационной нагрузки до тех пор, пока читатель не выполнит перехода по указанному адресу и не обратится к соответствующему тексту, а следовательно, 1) они

являются способом навигации в неэлектронном юридическом гипертексте, 2) организуют его структуру, 3) реализуют когезию и обеспечивают когерентность. Данные структуры мы рассматриваем как семантически маркированные очевидные гиперссылки, так как они легко вычлениваются из общего текстового массива в процессе чтения благодаря тому, что прерывают линию повествования основного текста, оставляя его семантически неполным, незавершенным без обращения к другому текстовому фрагменту, и могут быть декодированы только как путь к нему.

Второй тип семантических гиперссылок — это специальные юридические термины, которые нуждаются в определении через привлечение конкретных законодательных текстов (текстов — объектов ссылок).

Критерием квалификации специальных юридических терминов и терминологических сочетаний в качестве гиперссылок является то, что они являются ключевыми понятиями либо данного закона, либо другого законодательного текста и структурно выделены в тексте (каждый такой термин является собой заголовок соответствующего раздела законодательного текста).

Ср.: «*Брачный договор* (ст. 40 СК РФ) не может ограничивать *правоспособность* (ст. 17 ГК РФ) или *дееспособность* (ст. 21 ГК РФ) супругов, их *право на обращение в суд* (ст. 3 ГПК РФ) за защитой своих прав; регулировать личные неимущественные отношения между супругами, *права и обязанности супругов в отношении детей* (*разделы IV, V СК РФ...*)» [Тексты-объекты, заключенные в скобки, выделены нами. — В. П.].

При выделении текстов-объектов ссылок мы исходили из следующих положений: 1) данные фрагменты представляют собой термины или терминологические сочетания, а следовательно, требуют обязательного дефинирования; 2) применительно к текстам закона есть только один вариант источника дефинирования, имеющий юридическую силу, — этот или какой-либо иной действующий законодательный текст; 3) обозначенные выше термины служат заголовками соответствующих статей или разделов законодательных текстов. Таким образом, есть все основания полагать, что именно данные фрагменты должны служить источниками дефиниций (текстами — объектами соответствующих гиперссылок).

Такой тип гиперссылок можно назвать неочевидными гиперссылками. Это графически не выделенные элементы структуры гипертекста,

фрагменты текста-источника, материализованные посредством термина, терминологического сочетания или цитаты, которые актуализируют в тексте-источнике значение, закрепленное в конкретном тексте — объекте ссылки, обеспечивающее единственно правильное толкование исходного текста. Другими словами, это те части текста, которые обязательно должны быть истолкованы через иной конкретный текст — адрес которого прямо не указан, — и только обращение к данному тексту способно обеспечить в полной мере безошибочное понимание текста-источника.

Главное отличие термина-гиперссылки от термина в привычном понимании (как вербализованного специального понятия): термин-гиперссылка требует обязательного дефинирования посредством одного конкретного источника (законодательного текста), в то время как выбор источника дефиниции для термина в традиционном понимании остается за адресатом. В этом заключается принципиальное отличие законодательных текстов от текстов других типов. Так, для понимания 42-й статьи Семейного кодекса РФ, приведенной выше в качестве примера, необходимо толковать термин «правоспособность», используя материал ст. 17 СК РФ, несмотря на наличие ряда других определений данного понятия в рамках цивилистической науки. Неправильный выбор источника дефиниции для законодательного текста может привести к неправильному толкованию данного текста.

Таким образом, гиперссылки, используемые в юридических текстах, можно разделить на очевидные и неочевидные.

В электронной среде гиперссылка вынуждена иметь двусторонний характер: быть выраженной средствами естественного языка, то есть быть представленной в качестве фрагмента исходного текста, и одновременно являться html-кодом, содержащим информацию об электронном адресе объекта ссылки. Подобное существование в двух измерениях делает гиперссылку доступной для интерпретации человеком и электронным устройством. В связи с тем что печатный гипертекст изначально не рассчитан на восприятие машиной, ссылки такого текста могут кодироваться только в одной знаковой системе. Кроме того, в процессе функционирования в неэлектронном тексте происходит вынужденное расслоение подобной двухслойной структуры гиперссылки и, как следствие, реализуется только одна ее сторона: кодовая — связь с текстом-объектом посредством указания его точного адреса (вер-

бально выделенная гиперссылка), или семантическая — передача контекстуально значимого смысла без указания адреса текста — объекта ссылки (скрытая гиперссылка).

Помимо двух обозначенных выше типов гиперссылок, в юридических текстах функционируют особые ссылки, обеспечивающие постоянную открытость правового гипертекста и возможность его изменения за счет введения новых фрагментов или исключения старых. Речь идет о таких элементах текста, которые отсылают читателя ко всему законодательству в целом или какой-либо его части: «...если иное не предусмотрено законодательством», «...могут быть ограничены только на основании федерального закона», «...если иное не предусмотрено настоящим Кодексом» и т. п.

Подобные гиперссылки объединяют в себе признаки первых двух типов. С одной стороны, такие ссылки семантически маркированы (закljučают в себе очевидную адресацию к какому-либо тексту или группе текстов), с другой стороны, не называют точного «адреса» текста-объекта, знакомство с содержанием которого могло бы обеспечить в полной мере безошибочное понимание текста-источника. С. Г. Носовец рассматривает гиперссылку как функциональный комплекс, связывающий три элемента гипертекста: стартовый элемент (страницу, текст), форму ссылки, целевой элемент (объект назначения) [5 С. 127]. Последний рассмотренный нами тип гиперссылок юридического текста имеет предельно обобщенный, неконкретизированный целевой элемент, постоянно меняющийся путем внесения изменений в юридический текст. Можно говорить о том, что подобные ссылки вообще не содержат конкретного целевого элемента, поэтому в рамках настоящей работы будем называть их открытыми.

Так, ссылка «...если иное не предусмотрено законодательством» обязывает читателя обратиться к текстам закона и выявить в них положения, которые должны быть отнесены к «иным» условиям применения конкретной правовой нормы. При этом данная гиперссылка отсылает ко всей совокупности нормативно-правовых актов государства, которые имеют собственную иерархию и содержат, в свою очередь, другие ссылки. Однако подобная форма ссылки подразумевает и возможное отсутствие «иных» условий в законодательстве, а в таком случае переход к любому другому текстовому блоку вообще является нецелесообразным.

Традиционно в работах, рассматривающих особенности функционирования гиперссылок в электронной среде, подчеркивается, что гиперссылки как средство навигации только предлагают читателю следовать по одному из возможных путей прочтения текста, однако выбор конкретного маршрута, а значит, и решение об активации конкретной ссылки, остается за адресатом текста. Таким образом, гиперссылки, даже если они формально выражены сочетаниями императивного характера, не являются обязательными для активации. Необходимость перехода к тексту-объекту определяется только желанием читателя: он может открывать гиперссылки последовательно, как это задумано автором, или в произвольном порядке [10. С. 94]. При этом, принимая решение активировать ссылку, читатель вступает в определенную игру с автором, по мере движения внутри текста расширяя его значения и формируя свой относительно линейный текст.

Иначе обстоит дело со ссылками в юридических текстах: несмотря на отсутствие императивных конструкций в плане выражения, их активация носит обязательный характер. Переход по всем находящимся в тексте гиперссылкам постепенно формирует полный текст правовой нормы, открывающий для читателя правовую идею, изначально заложенную законодателем. Таким образом, можно говорить о том, что гиперссылки в юридических текстах не столько задают вектор прочтения, сколько встраивают один текст в другой, постоянно конкретизируя и углубляя содержание того или иного фрагмента, а следовательно, навигационная функция не является ведущей для данного типа ссылок.

Таким образом, рассмотрев особенности функционирования гиперссылок в неэлектронных юридических гипертекстах, мы пришли к следующим выводам:

1. В печатных (неэлектронных) юридических текстах представлен особый тип гиперссылок, которые маркируются не графически, а семантически и могут быть с определенной долей условности обозначены нами как семантические гиперссылки.

2. В текстах законодательного дискурса представляется возможным выделить как минимум три типа семантических гиперссылок, которые

характеризуются разной степенью семантической маркированности (выделенности): очевидные, неочевидные и открытые.

3. Первый тип таких гиперссылок — очевидные — представляет собой прямые отсылки к другому юридическому тексту, в котором содержится разъяснение используемых в данном законе понятий или толкование отдельных положений данного закона.

4. К разряду неочевидных гиперссылок мы относим содержащиеся в тексте закона специальные термины и понятия, которые не имеют специальных текстовых отсылок к другим текстам, но при этом требуют обязательного обращения к другим текстам законодательного дискурса для адекватного толкования текста данного закона.

5. К открытым гиперссылкам мы отнесли текстовые указания на необходимость обращения к законодательным текстам при отсутствии конкретной ссылки на определенный закон или юридический текст.

6. Одной из специфических черт законодательного текста является то, что для формирования полного текста правовой нормы обязательна активация всех гиперссылок, имеющихся в тексте-источнике.

7. Анализ материала показал, что в отличие от гиперссылок в электронном тексте для семантических гиперссылок, представленных в печатном юридическом тексте, навигационная функция не является ведущей.

В заключение подчеркнем, что гиперссылка, будучи неотъемлемым элементом структуры гипертекста, формирует определенную модель его прочтения, переводит коммуникацию между условным автором правового текста и читателем на уровень гипертекстовой. Проведенный анализ показал, что в печатном юридическом тексте гиперссылки имеют свои особенности, и непонимание механизмов их функционирования может привести к ошибочному толкованию правового текста. В связи с этим необходима дальнейшая разработка проблемы функционирования гиперссылок в неэлектронном юридическом гипертексте, что, в свою очередь, будет способствовать решению одной из наиболее актуальных проблем современной юрислингвистики — проблемы декодирования правового текста.



### Список литературы

1. Дедова О. В. Лингвосомиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета): дис. ... д-ра филол. наук. М., 2006. 253 с.
2. Дедова О. В. Теория гипертекста и гипертекстовые практики в Рунете: монография. М.: МАКС Пресс, 2008. 282 с.
3. Зыкова Е. В. Организация гипертекста в сети Интернет (на материале англоязычных сайтов): автореф. дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2006. 19 с.
4. Махов А. С. Роль гиперссылок в структуре интернет-гипертекстов // Вестник Московского городского педагогического университета. Сер.: Филология. Теория языка. Языковое образование. 2009. № 2. С. 119—123.
5. Носовец С. Г. Гипертекстовые ссылки в интернет-СМИ: опыт типологической характеристики // Вестник ЧелГУ. 2011. № 17. С. 127—131.
6. Селютин А. А. Функциональность гиперссылки в электронном гипертексте // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Самара: Поволж. гос. соц.-гуманитар. акад., 2010. С. 115—118.
7. Стройков С. А. Комплексное лингвистическое исследование гипертекстовой ссылки электронного гипертекста // Вестник Череповецкого государственного университета. 2019. № 4 (91). С. 99—110.
8. Сурина В. Н. Классификационные параметры гиперссылок // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 35 (326). С. 120—122.
9. Унгурияну Е. Метафора для гипертекста и гиперссылки: ящерка и хвост // Гипертекст как объект лингвистического исследования: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. Самара: Поволж. гос. соц.-гуманитар. акад., 2015. С. 123—134.
10. Флерчук Ю. В. Специфика синонимизации в контексте гипертекста // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2009. № 1 (5). С. 92—96.

### Сведения об авторе

**Поповская Вера Игоревна** — аспирант историко-филологического факультета, преподаватель кафедры русского языка и литературы Челябинского государственного университета, Челябинск, Россия. pshen555@mail.ru

---

*Bulletin of Chelyabinsk State University.*

2021. No. 7 (453). *Philology Sciences. Iss. 125. Pp. 125—130.*

## FEATURES OF LEGAL TEXT HYPERLINKS FUNCTIONING

*V. I. Popovskaya*

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia. pshen555@mail.ru*

The paper discusses the features of the functioning of hyperlinks in non-electronic (printed) hypertext. There are three types of semantically labeled hyperlinks in legal text: obvious, non-obvious and open. The first type of hyperlinks are the names of legal documents (laws, regulations, etc.). These hyperlinks coincide in design with the source text (not formally featured), and contain a direct or indirect (the name of the document is indicated in brackets) indication of the need to refer to a different text fragment. The second type of semantic hyperlinks are special legal terms that need to be defined through the attraction of specific legislative texts (texts-objects of links). Open hyperlinks combine the features of the first two types; they refer the reader to the entire legislation as a whole or to any part of it.

**Keywords:** *hyperlink, hypertext, legal text, law text, legal discourse.*

## References

1. Dedova O. V. (2006) Lingvosemioticheskiy analiz elektronnoy giperteksta (na materiale russkoyazychnogo Interneta) [Linguosemiotic analysis of electronic hypertext (based on the material of the Russian-language Internet). Thesis]. Moscow. 253 p. [in Russ.].
2. Dedova O. V. (2008) Teoriya giperteksta i gipertekstovye praktiki v Runete [The theory of hypertext and hypertext practice in the RuNet]. Moscow, MAKS Press publ. 282 p. [in Russ.].
3. Zyкова E. V. (2006) Organizatsiya giperteksta v seti Internet (na materiale angloyazychnykh sajtoy) [Organization of hypertext on the Internet (based on the material of English-language sites). Abstract of thesis]. St. Peterburg. 19 p. [in Russ.].
4. Mahov A. C. (2009) *Vestnik Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta. Seriya: Filologiya. Teoriya yazyka. Yazykovo obrazovanie*, no. 2, pp. 119—123 [in Russ.].
5. Nosovec S. G. (2011) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 17, pp. 127—131 [in Russ.].
6. Selyutin A. A. (2010) *Funktional'nost' giperssylki v elektronnom gipertekste* [Hyperlink functionality in electronic hypertext]. *Gipertekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniia* [Hypertext as an object of linguistic research]. Samara. Pp. 115—118 [in Russ.].
7. Stroykov S. A. (2019) *Vestnik Cherepoveckogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 4, pp. 99—110 [in Russ.].
8. Surina V. N. (2013) *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 35, pp. 120—122 [in Russ.].
9. Ungurianu E. (2015) Metafora dlia giperteksta i giperssylki: iashcherka i khvost [A metaphor for hypertext and hyperlinks: a lizard and a tail]. *Gipertekst kak ob'ekt lingvisticheskogo issledovaniia* [Hypertext as an object of linguistic research]. Samara. Pp. 123—134 [in Russ.].
10. Flerchuk Yu. V. (2009) *Teoriya yazyka i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, no. 1, pp. 92—96 [in Russ.].