

## К ВОПРОСУ О ТЕКСТОВОЙ КАТЕГОРИИ ИНФОРМАТИВНОСТИ

Козловская А.Б.

*Сумской государственной университет*

“Категория” с общепhilософской точки зрения определяется Н.И.Кондаковым как “предельно широкое понятие, в котором отображаются наиболее общие и существенные свойства, признаки, связи и отношения предметов, знаний объективного мира” [Кондаков 1975: 240]. Лингвисты рассматривают категорию как понятие, получившее свое научно осознанное выражение, в котором отражаются определенные абстрактные обобщения в объектах данной науки, причем эти закономерности суть абстракции отношений” [Гальперин 1981: 13]. Применительно к такому явлению, как текст, “категория” определяется как “признак, который свойственен всем текстам и без которого не может существовать ни один текст, т.е. это типологический признак” [Матвеева 1990: 13]. Категории текста отражают его “наиболее общие и существенные признаки, представляют ступеньки в познании его онтологических, гносеологических и структурных признаков [Тураева 1986: 80]. Описание КТ и их взаимодействия используется для того, чтобы, “охарактеризовав каждую выявленную связь элементов системы отдельно, получить обобщенную характеристику всей системы, т.е. текста как целого, путем соединения знаний об этих элементах” [Воробьева 1993: 18].

Категория информативности (КИ) анализируется во многих отечественных и зарубежных работах по лингвистике текста. В ряде исследований наблюдается взаимозаменяемость понятий информативности и информативности. Признавая известную синонимичность данных терминов, мы считаем целесообразным все же разграничить их содержание и сферу применения.

В частности, категория информации проявляется на текстовом уровне как “закодированная средствами языка система, определенным образом моделирующая действительность” [Сошальский 1990: 24]. Информация облигаторно присутствует в каждом тексте и определяет его функционирование как единицы коммуникации. Текст, перегруженный информацией до такой степени, что она уже не воспринимается реципиентом, перестает быть каналом связи между адресантом и адресатом вне зависимости от присутствия в нем других КТ.

Информативность – понятие более узкое, чем информация. Говоря об информативности как свойстве текста, мы выделяем коммуникативный аспект информационного процесса. Один и тот же текст может быть более или менее информативен для различной аудитории. Интерпретация текста может считаться адекватной лишь в случае “ответающего замыслу коммуникатора истолкования его основного коммуникативного намерения реципиентом” [Дридзе 1984: 84]. Интерпретационные характеристики текста, способствующие или препятствующие адекватному истолкованию, обуславливают ту или иную меру информативности текста. Информативность понимается нами не как абсолютное количество информации в тексте или его общая информационная насыщенность, а как лабильная величина, способность адекватного донесения определенной меры информации до реципиента по каналу связи.

Описание КИ в тексте требует прежде всего четкого определения понятия “информация”. “Информацию можно понимать в узком смысле – факты, сведения, предписания, и в широком – как выражение человеческой деятельности, состоящее в изменении количества и качества информации, которой обладают участники деятельности, что приводит к изменению их поведения” [Шевченко 1998: 40]. В теории коммуникации термин “информация” используется лишь “при получении новых сведений о предметах, явлениях, отношениях, событиях объективной действительности” [Гальперин 1977: 2]. Определение информативности текста степенью необычности, новизны излагаемых фактов отвечает соответствующему понятию в терминах кибернетики: “В терминах кибернетики под информативностью понимается мера, в которой представляемый факт нарушает устойчивость текстовой системы” [Анисимова 1998: 33].

Мы исходим из терминологического понимания слова “информация”, в котором прослеживается идея о “неравнозначности тезаурусов коммуникантов как обязательном условии осуществления информирования” [Рыбакова 1998: 34].

Рассмотрим основные свойства текстовой информации, которые А.А.Сошальский определяет как “проекции свойств общенаучной категории информации на плоскость текста” [Сошальский 1990: 27].

Ценность – одно из наиболее существенных свойств информации, ее основной, деструктивный признак. Если информация не оценивается реципиентом как аксиологически значимая, т.е. не обладает ценностью для определенного адресата, сообщение не является информативным. Понятие “ценность” можно трактовать как “нужность, актуальность, интересность”. Ценность определяется мерой новизны информации для адресата, поскольку “актуализация связи между признаком и носителем признака в сознании адресата происходит в процессе сопоставления поступающей информации с уже имеющейся”. Л.В.Рыбакова рассматривает новизну информации как содержательную характеристику КИ, существенную только в контексте [Рыбакова 1998: 48].

Важное понятие, коррелирующее с понятием ценности текстовой информации, – ее полезность. Вслед за А.А.Сошальским, под полезностью мы понимаем возможность в широком смысле использования реципиентом информации, содержащейся в тексте [Сошальский 1990: 28]. При этом необходимо учитывать параметры ценности [Parker 1957: 104-117], то есть насколько длительной по времени может оказаться полезность той или иной информации: краткой, в пределах текстового пространства (для снятия неопределенности текстового элемента), или выходящей за пределы текста (для более широкого применения и длительного использования). Если предположить, что основная функция текстовой информации состоит в передаче определенных неязыковых сведений средствами языка, то величина информативной ценности [Parker 1957: 104-117] играет существенную роль в определении текста как аксиологически значимого для коммуникантов.

Психологический критерий, определяющий ценность информации, заключается в поддержании интереса у реципиента в процессе восприятия фактов или сведений. В реализации авторской задачи различаются два плана – информирующее воздействие (сообщение фактуальной информации) и фасцинирующее воздействие (оптимизация деятельности читателя по восприятию текста) [Паповянец 1997: 57]. Фасцинирующая функция способствует признанию текста информативно ценным, поддерживая интерес у реципиента за счет разнообразия формы и содержания сообщения, его пикториальности, четкости композиционного построения и других факторов. Одной из задач автора является попытка заинтересовать читателя, дать импульс, который побудил бы его прочитать, скажем, весь текст погоды или всю газетную рубрику погоды.

Истинность или подлинность знаний, получаемых реципиентом по такому каналу связи, как газетное сообщение о погоде (ГСП), заключается в верном отображении действительности. В процессе восприятия информации в сознании реципиента происходит корректировка собственных неполных знаний о действительности (относительных истин), соотнесение этих знаний с текстовыми данными (или наоборот), и таким образом происходит приближение к объективной истине [Сошальский 1990: 31]. При этом могут обнаруживаться как новые, малоизвестные или неизвестные читателю черты внетекстовой действительности, так и новые данные о познании хорошо известных объектов и явлений.

Важное свойство информации – ее неисчерпаемость. Под неисчерпаемостью текстовой информации мы понимаем не наличие бесконечного набора сведений, а невозможность извлечения реципиентом всей информации, заложенной в текст автором, что находит, в частности, выражение в понятиях абсолютной и относительной информации.

Согласно А.А.Сошальскому [Сошальский 1990: 33], под абсолютной информацией мы понимаем всю информацию, заложенную в текст автором – отправителем текстового сообщения. Под относительной информацией мы понимаем ту часть, которая извлекается реципиентом в процессе чтения. Потенциальная информация – это неиспользуемая часть абсолютной информации, обозначаемая в терминах кибернетики как шум.

Информация классифицируется как актуальная и потенциальная в информатике [Земан 1966: 188], что, на наш взгляд, имеет некоторое соответствие с понятиями “абсолютная” и “относительная” информация на уровне текста. В кибернетике исследуется разграничение информации в зависимости от компетенции реципиента, причем обращается внимание на то, что “информация по смыслу является релятивной; данный сигнал может нести информацию для компетентной системы и является одновременно шумом для системы некомпетентной” [Гришкин 1973: 215]. Компетенция реципиента на уровне текста определяется комплексом различных факторов, прежде всего экстралингвистического порядка. Полное совпадение относительной и абсолютной информации происходит лишь на теоретическом уровне, что дает возможность утверждать неисчерпаемость текстовой информации. Применительно к ГСП можно предположить наличие определенных условий с целью максимального приближения относительной информации к абсолютной.

Все упомянутые свойства являются основными, “традиционными”. Можно предположить, что ГСП, как особый тип текста, реализует специфические свойства информации не только на уровне содержания, но и на уровне формы.

Принимая во внимание междисциплинарный характер нашего исследования, рассмотрим специфику процесса информирования в ГСП, учитывая трехкомпонентный состав понятия “информация”.

Передача знаний/сведений от адресанта адресату рассматривается как количественный компонент общенаучной категории информации, актуализирующий свои особенности в условиях текста. Текст является “знаковым образованием, в котором дискретная затекстовая действительность преобразуется в единое семантическое целое с помощью определенных знаковых средств” [Сошальский 1990: 25]. В процессе информирования адресата необходимо выразить затекстовые понятия с помощью языковых средств, передать неязыковые сведения средствами языка. От выполнения этой функции зависит существование текста в качестве канала связи между адресантом и адресатом. Л.А.Черняховская определяет данную функцию в применении к языку как “функцию языкового предсказания” [Черняховская 1983: 91], то есть “прикалывания” событий затекстовой действительности к определенной точке пространства и времени с помощью конкретных языковых средств.

Вслед за А.А.Сошальским, мы рассматриваем негэнтропийную функцию текстовой информации как уменьшение исходящей затекстовой энтропии, с одной стороны, и упорядочение собственно текстовых элементов или уменьшение интратекстовой энтропии, с другой стороны [Сошальский 1990: 26]. Под затекстовой энтропией мы подразумеваем присутствующую и постоянно растущую энтропию в условиях все возрастающего информационного потока и влияния СМИ. Для информационного типа текста интратекстовая энтропия – это неопределенность, возникшая в процессе текстопорождения, когда неупорядоченность элементов препятствует адекватному донесению информации до реципиента по каналу связи. Негэнтропийная функция текстовой информации состоит, во-первых, в создании упорядоченной картины мира или упорядочении той картины мира, которая существует в сознании реципиента, и, во-вторых, в использовании языковых средств и приемов для уничтожения информационной неопределенности [Сошальский 1990: 26].

Главными признаками коммуникативного шума являются неясность и неоднозначность передаваемой информации [Селиванова 2000: 53]. Негэнтропийная функция информации в ГСП реализуется, во-первых, посредством “двух противоположных помехоустойчивых факторов – избыточности и информационного сжатия” [Селиванова 2000: 53], а во-вторых, с помощью таких функциональных характеристик, как объективность, документальность, актуальность, точность, фактографичность, характерных для информационного типа текста.

Функция текстовой информации как меры разнообразия осуществляется, на наш взгляд, за счет многоплановой информационной структуры, то есть богатства плана содержания и плана выражения КИ, с одной стороны, и эффективных лексических средств, с другой стороны.

“Номинативная функция является отражением множественной функции текстовой информации на уровне языка” [Сошальский 1990: 27], другими словами – разнообразие видов и типов информации и лексических средств, задействованных в ГСП, отражают, хотя не полностью и упрощенно, реальное многообразие затекстовой действительности. Мы считаем, что реализация множественного компонента общенаучной категории информации в ГСП во многом зависит от факторов коммуникативной ситуации, что наиболее адекватно отвечает прагмалингвистической ориентации нашего исследования.

В вопросах определения места КИ в системе текстовых категорий и выявления ее структуры мы опираемся на положение о необходимости изучения КИ на пересечении лингвистических направлений с использованием результатов смежных наук. Остановимся на некоторых вопросах, способствующих более полному исследованию КИ в анализируемом типе текста.

1. Академик Д.И.Блюменау считает, что “информация в строгом смысле – это знание, включенное непосредственно в коммуникативный процесс”, т.е. информацию следует рассматривать “как знание в процессе коммуникации, в процессе его потребления с целью принятия решения, достройки “психологической модели” объекта, удовлетворения интереса...” [Блюменау 1989: 26-27]. Отсюда следует, что “информация как процесс передачи знания является основой для дополнительного целеполагания, т.е. осуществление информирования предполагает реализацию сопутствующей информированию прагматической установки” [Рыбакова 1998: 35].

2. КИ рассматривается как обязательная, универсальная КТ [Тураева 1986: 81, Сошальский 1990: 23, Дридзе 1984: 136, 157 и др.].

3. Все категории текста “имеют план содержания и план выражения. В формировании категорий текста участвуют единицы различных уровней в их взаимозависимости и взаимодействии” [Тураева 1986: 83].

4. Изучение КИ, как и любой КТ, “тесно связано с контекстной семантикой” и “должно также учитывать существование некоего глобального контекста, сопровождающего языковую коммуникацию” [Тураева 1986: 84]. При формировании КИ “каждая единица связана с целым текстом”, т.е. наблюдается “совместное действие лексических и грамматических средств, образной системы, синтаксической организации, композиции и пр.” [Тураева 1986: 84].

5. В иерархии КТ “образ автора является ведущей категорией. Она определяет отбор и аранжировку языковых средств” [Тураева 1986: 109]. В содержании высказывания “всегда присутствуют разнообразные сведения об адресанте, представленные как эксплицитно, так и имплицитно” [Шевченко 1998: 36], на основе чего у реципиента возникает образ адресанта. “Тем самым данный аспект в определенной степени формирует стратегии и тактики коммуникации” [Шевченко 1998: 36].

6. В лингвистической прагматике общепризнанным является тезис о том, что “выбор языковых средств, с одной стороны, определяется автором, а с другой стороны – теми, кому текст предназначается, то есть адресатом или аудиторией” [Гнатюк 1985: 7]. Описание любого текста “не может быть полным без построения “портрета” его предполагаемого адресата” [Воробьева 1993: 11].

7. “При интерпретации средств формирования категорий текста особое значение приобретает социальный опыт получателя текста, т.е. условием успешной коммуникации является “предварительное знание, обеспечивающее подлинное понимание текста” [Тураева 1986: 85].

8. Вопросы классификации информации, которая характеризуется “качественной неоднородностью” [Гришина 1985: 40], часто рассматриваются в тесной связи с типологическими характеристиками текста. Это соответствует высказыванию И.Р.Гальперина о том, что “тексты нужно классифицировать как по функциональным стилям, так и по характеру информации” [Гальперин 1981: 29], причем информационное содержание сообщений является “одним из важнейших критериев анализа прагматики речи” [Шевченко 1998: 40].

КИ рассматривается нами как понятие высокого уровня абстракции, которое имеет конкретные текстовые проявления, отраженные в информационном содержании текста.

### Литература

- Анисимова Т.А. (1998).* Лингвистические характеристики публицистического текста: Дис... канд. филол. наук. – Москва.
- Блюменану Д.И. (1989).* Информация и информационный сервис. – М.: Наука.
- Воробьева О.П. (1993).* Текстовые категории и фактор адресата. – К.: Вища школа.
- Гальперин И.Р. (1977).* Грамматические категории текста: опыт общения // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – М. – Т. 36. – № 6. – С. 1-35.
- Гальперин И.Р. (1981).* Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука.
- Гнатюк Л.И. (1985).* Информационный аспект прагматики научного текста: Автореф. дис. канд. филол. наук. – Ленинград.
- Гришина О.Н. (1985).* Особенности организации информации в научном и художественном тексте // Функциональные стили: Лингвометодические аспекты. – М.: Наука. – С. 35-47.
- Гришкин И.И. (1973).* Понятие информации. – М.: Связь.
- Дридзе Т.М. (1984).* Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциопсихологии. – М.: Наука.
- Земан И. (1966).* Познание и информация: Гносеологические проблемы кибернетики. – М.: Связь.
- Кондаков Н.И. (1975).* Логический словарь-справочник. – М.: Наука.
- Матвеева Т.В. (1990).* Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. – Свердловск: Изд-во Уральского ун-та.
- Паповяц Э.Г. (1997).* Роль коммуникативных факторов в синтаксической организации текста в позиции зачина (на материале англо-американской прессы) // Актуальні питання лінгвістики та методики викладання іноземних мов: Тези доповідей наук. конференції. – Харків: Основа. – С. 56-62.
- Рыбакова Л.В. (1998).* Категория информативности в прагмалингвистическом аспекте: На материале англоязычных информационно-рекламных текстов: Дис. ... канд. филол. наук. – Воронеж.
- Селиванова Е.А. (2000).* Лингвокультурный аспект коммуникативного шума // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КДЛУ. – Випуск 3А. – К.: Видавничий центр КДЛУ. – С. 52-57.
- Сошальский А.А. (1990).* Взаимодействие экстра- и интралингвистических факторов в процессе реализации категории информации текста: Дис. ... канд. филол. наук. – Москва.
- Тураева З.Я. (1986).* Лингвистика текста. – М.: Просвещение.
- Черняховская Л.А. (1983).* Информационный вариант смысла текста и вариативность его языкового выражения: Дис. ... докт. филол. наук. – Москва.
- Шевченко И.С. (1998).* Историческая динамика прагматики предложения: английское вопросительное предложение 16-20 вв. – Харьков: Константа.
- Parker D. (1957).* The Philosophy of Value. – Ann Arbor.

Козловская, А. Б. К вопросу о текстовой категории информативности [Текст] / А. Б. Козловская // Науковий вісник к-ри ЮНЕСКО Київ.нац.лінгв.ун-ту. Мова, освіта, культура: наукові парадигми і сучасний світ. Філологія, педагогіка, психологія. – Київ, 2005.- Випуск 10. – С. 111-115.