

НАУЧНЫЕ СТАТЬИ

УДК 81.27

<https://doi.org/10.25076/vpl.55.01>

Е.Г. Князева,
Е.В. Соболева¹

Военный университет имени князя Александра Невского МО
РФ

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ИНФОРМАТИВНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Целью исследования, представленного в статье, является анализ публицистического текста, который является значимым феноменом жизни современного человека и общества в целом. Необходимо отметить, что на сегодняшний день его функционирование не ограничивается лишь реализациями в печатных изданиях, как это было еще десять или пятнадцать лет назад. Глобальные возможности средств массовой информации позволяют актуализировать более широкий арсенал достижений современных науки и, конечно же, современных информационно-коммуникационных технологий. Публицистический текст представляет собой сложное образование по природе, как по функциональным качествам, так и по структуре. Одним из главнейших качеств такого текста становится информативность, которая в работе рассматривается в единстве метатекстовой и коммуникативной ситуаций,

¹ © Князева Е.Г., Соболева Е.В. 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Поступление в редакцию 07.07.2024 г.

Принятие к публикации 5.09.2024 г.

включённых в процесс реализации определенных сведений и данных не просто как сообщение о них, но как стремление автора осуществить воздействие на психическую, ментальную и коммуникативную активность реципиента информированием об определённых, концептуально значимых для адресанта (отправителя информации) событиях в нужном ему ключе для продвижения требуемой точки зрения. Исследование языковых средств, реализующих информативность в публицистическом тексте, выявляет особое качество, обуславливающее возможность функционирования информативности, автор определенным образом отбирает языковые средства, опираясь на свои представления, ценности, картину мира, языковой инвентарь, а также на представления, ценности, картину мира воображаемого адресата, который может быть как массовым, так и индивидуальным. Принципиально важной становится роль адресата, поскольку, как говорилось выше, информативность текста не просто повествует о фактах, событиях и прочем, но сообщает о них таким образом, чтобы текст стал информативным, в первую очередь, для реципиента. Поддержание информативности для адресата обеспечивается ценностным детерминированием, т.е. предположением о базовых ценностях читателя при выборе языковых средств, реализующих информативности в публицистическом тексте. Поскольку информативность, как и текст обращены к реципиенту, она реализуется двумя типами языковых средств – рациональными и эмоциональными, т.е. влияющими на рациональную и эмоциональную сферы коммуникативной деятельности адресата и его вовлеченность в информативность текста.

Ключевые слова: публицистический текст, информативность, воздействие, коммуникативная ситуация, языковые средства, автор, адресат

UDC 81.27

<https://doi.org/10.25076/vpl.55.01>

E.G. Knyazeva,

E.V. Soboleva

**Prince Alexander Nevsky Military University
of the Ministry of Defense of the RF**

LINGUISTIC MEANS OF INFORMATIVENESS IMPLEMENTING IN AN ENGLISH-LANGUAGE PUBLICISTIC TEXT

The aim of the research presented in the article is to analyse the publicistic text, which is a significant phenomenon of modern man's life and society as a whole. It should be noted that today its functioning is not limited only to realisations in printed publications, as it was ten or fifteen years ago. Global opportunities of mass media allow actualising a wider arsenal of achievements of modern science and, of course, modern information and communication technologies. A publicistic text is a complex formation by nature, both in its functional qualities and structure. One of the most important qualities of such a text is informativeness, which is considered in this paper in the unity of metatextual and communicative situations, included in the process of realisation of certain information and data not just as a message about them, but as the author's desire to influence the mental, mental and communicative activity of the recipient by informing about certain events conceptually significant for the addressee (sender of information) in the way he needs to promote the required point of view. The study of linguistic means realising informativeness in a journalistic text reveals a special quality that makes it possible for informativeness to function; the author selects linguistic means in a certain way, relying on his own ideas, values, world picture, linguistic inventory, as well as on the ideas, values, world picture of the imaginary addressee, who can be both mass and individual. The role of the addressee becomes fundamentally important, because, as mentioned above, the informativeness of the text does not simply narrate facts, events and other things, but reports them in such a way that the text becomes informative, first of all, for the recipient. Maintaining informativeness for the addressee is ensured by value determinism, i.e. the assumption of the reader's basic values in the choice of linguistic means that realise informativeness in a publicistic text. Since informativeness, as well as the text is addressed to the recipient, it is realised by two types of language means - rational and emotional, i.e. influencing the rational and emotional spheres of the addressee's communicative activity and his involvement in the informativeness of the text.

Keywords: publicistic text, informativeness, influence, communicative situation, linguistic means, author, addressee.

Введение

Современная лингвистическая наука сейчас, как и предыдущие десятилетия, активно занимается изучением природы публицистического текста, закономерностями его функционирования, в связи с этим мы полагаем невозможным обойти стороной феномен информативности как значимое качество такого текста. Исследования информативности публицистического текста позволяют рассматривать значимость самого текста для информационного поля и анализировать качество успешности или неуспешности речевого взаимодействия в аспектах вовлечённости коммуникантов в информационное пространство, в данном случае формируемое как средствами массовой информации, включая печатные и цифровые технологии.

В связи с этим целью нашей работы является выявление языковых особенностей реализации информативности в рамках публицистического текста. Для решения определенных задач в связи с поставленной целью мы будем опираться на компонентный и структурный анализ единиц языка, придерживаться прагматически обусловленного системного-деятельностного анализа речевой коммуникации в сфере публицистики.

Материалы и методы

Информативность является составляющей текста и рассматривается в категориальном аспекте как комплексный феномен, «соотносящийся с содержанием текста, когнитивными структурами хранения научного знания и структурно-смысловой организацией текста. Исходя из этого, реализация категории информативности малоформатного энциклопедического текста может рассматриваться как когнитивно и дискурсивно обусловленная, осуществляющаяся на концептуальном, языковом и формально-содержательном уровнях его осмысления» (Нечепоренко, 2011, с. 10)

Е.В. Сидоров, предлагая изучать информативность как категорию текста, указывает при этом, что каждую отдельно взятую категорию нужно исследовать «в качестве одного из

взаимосвязанных существенных признаков его коммуникативно целесообразной системы» (Сидоров, 1986, с. 431).

С точки зрения теории коммуникации, в своей работе «Лингвистика текста» В.Е. Черняевская, сравнивая текст и дискурс, приходит к выявлению информативности как составляющей текст, имеющей свойства дискурсивности, позволяющей интерпретировать текст не как отдельное образование, но как компоненты метатекстового единства (Черняевская, 2009). Зарубежные исследователи, Р. де Богранд и В. Дресслер называют семь признаков текста (*standarts of textuality*), образующих текст как коммуникативную единицу, выделяя при этом информативность как одну их значимых (Beaugrand, Dressier, 1994).

Принимая во внимание вышеперечисленные подходы, мы солидаризируемся с А.Б. Козловской, полагавшей возможным выявлять и рассматривать информативность в совокупности с другими признаками текста и используя при этом данные смежных наук, например, психологии, теории информации, лингвистики. (Козловская, 2006).

Таким образом, информативность можно рассматривать как:

- 1) деятельностный признак текста по изменению объема знаний у реципиента, что приводит к последующим речевым действиям,
- 2) не абсолютную величину, а способную к изменению, лабильную, способную адекватно быть реализованной языковыми средствами в речевом общении.

Результаты и обсуждение

Сущностные признаки информативности публицистического текста

Пристальное внимание ученых обращено к публицистическому тексту уже с начала 20 века, который отмечен большими изменениями в расстановке политических сил на мировой арене, изменениями в экономических и общественных отношениях в ряде стран, развитием лингвистической науки, выявлением публицистического стиля, уточнением его характеристик. В настоящее время всемирный охват жителей земли паутиной сети Интернет обусловил возможность реализации публицистического текста в дистанционном (виртуальном) общении средствами масс-

медиа, которые обуславливают возможность глобального включения текстов такого типа в различные сферы социовербальной коммуникации.

Феномен текста представляет собой многогранный и многоплановый объект изучения. Поскольку тексту присущи множество значений, функций, видов реализации, постольку однозначно его невозможно ни анализировать, ни интерпретировать, природу данного феномена можно рассматривать только с точки зрения закрепленных в лингвистической науке знаний. Соглашаясь с известным определением И.Р. Гальперина, мы признаем структурную трактовку искомого явления: «Текст представляет собой некое образование, возникшее, существующее и развивающееся в письменном варианте литературного языка. Только в этом варианте расчленённость текста, эксплицитно выраженная графически, выявляется как результат сознательной обработки языкового выражения (Galperin, 1981, с. 15).

В целом признавая письменный характер текста, особенно выделяем его публицистическую разновидность. Однако, принимая во внимание также существование и устной формы речи, считаем необходимым учитывать и следующий факт - текст имеет письменную и устную формы реализации.

С другой стороны, соглашаясь вслед за И.Р. Гальпериным в возможности развития текста лишь в литературном варианте, мы имеем неосторожность не заметить всего речетворческого процесса по созданию текстовых конструкций в различных коммуникативных ситуациях. При исследовании публицистического текста важным для нас является трактовка Ильи Романовичем письменного варианта, тем не менее многим известно, что пути и способы развития публицистического текста обладают особенной спецификой: с одной стороны, в своей основе такой текст строится на базе литературного языка, с другой – этот феномен в процессе развития осваивает характерные языковые и стилистические черты, иногда отдаляющие его от литературной нормы.

Интерпретация классика отечественной лингвистики весома и важна для развития лингвистической науки. Продолжая изучать природу и закономерности существования текста в рамках

человеческого общения, мы не вправе обойти вниманием исследования Н.С. Болотновой. Так учёная полагает, что текст представляет собой лингвистически репрезентированную информацию автора, «и является объектом познавательной деятельности читателя» (Болотнова, 2004, с. 168). Данное рассуждение имеет антропоцентрический характер: связывая текст с его создателем, обращается и к адресату. Это обусловлено представленным взглядом на текст как на предполагаемую речемыслительную деятельность участников дискурса по производству и восприятию вербальных произведений. При этом, как следует из монографии Н.С. Болотновой «Филологический анализ текста», возникает необходимость в выделении лингвистического и экстралингвистического аспектов при анализе и характеристике текста, особенно если речь идёт о выявлении такого его свойства, как информативность.

Применительно к нашему исследованию, представим анализ текста с учетом граней рассмотрения. Лингвистический аспект является одним из уровней реализации информативности. Данный спектр может являть собой как собственно реализацию личных смыслов автора, так и предположение и предвосхищение личных смыслов читателя\читателей, что важно для создания и интерпретации текста. Трактовка текста и его информативности с учётом реализации языковых форм даёт возможность лингвистического исследования. Данная процедура позволяет определить, насколько в тексте осуществляется вербализация информативности. По всей видимости, исследование лишь языковых знаков, которые материализуют информативность, знаменуют собой ту информативность, которую представляет возможной для обозначения автор. Однако возможное выявление и интерпретация этого признака читателем не позволяют в полной мере обозначить границы информативности, поскольку представления об информативности у составителя текста и получателя могут не совпадать.

Процедура привлечения к лингвистическому анализу имеющихся данных в контексте корреляции с экстралингвистическим содержанием может обеспечить процесс исследования текста более точными сведениями. При этом следует отметить, что экстралингвистические сведения могут, с одной

стороны, более точно снабдить исследование деталями, также дополняя его, с другой стороны, наоборот, сузить представление информативных сведений в рамках одного или нескольких компонентов. Особенно наглядно это проявляется на материале публицистических текстов.

Например: *A plane carrying a group of parachute jumpers crashed in the Russian region of Tatarstan on Sunday, killing a group of parachute jumpers the Emergencies Ministry said. The aircraft, which came down near the city of Menzelinsky, had been carrying 20 parachutists and two crew members. Six people were in a serious condition, the Health Ministry said..... one of the engines could have failed.* (The CNN News 19.06.2024). (Самолёт, на борту которого находилась группа парашютистов, разбился в воскресенье в Татарстане. В результате чего погибли 16 человек и 6 получили ранения, сообщили в МЧС. На борту воздушного судна, которое упало недалеко от города Мензелинский, находились 20 парашютистов и 2 члена экипажа. По данным министерства здравоохранения, 6 человек находятся в тяжёлом состоянии. возможно, отказал один из двигателей) - С лингвистической точки зрения, данный текст представлен веерным разнообразием средств: общие и конкретные существительные (*plane, people, parachutists and crew members\ a group of parachute jumpers, the aircraft, in a serious condition*); в небольшом отрывке мы наблюдаем достаточно частое использование имён собственных, среди которых топонимы и названия министерств (*the Russian region of Tatarstan, the city of Menzelinsky, the Emergencies Ministry, the city of Menzelinsky*). Информативность текста усиливают присутствующие в тексте числительные (*20 parachutists and two crew members, Six people*) и соотнесение изложения фактов со временем (*on Sunday*).

На первый взгляд, чёткое и ясное изложение событий предоставляет читателю достаточное количество информации, из чего можно сделать вывод о том, что текст является не просто достаточно, а исчерпывающе информативным. Однако, принимая во внимание экстралингвистический аспект информативности, мы не можем в полной мере выяснить, почему упал самолёт, следовательно, причинный компонент информативности остаётся для читателя недостаточно и не в полной мере проясненным. В тексте есть лишь следующие сведения: *one of the engines could have*

failed (возможно, отказал один из двигателей). Можно ли считать их достаточными? Ответить на вопрос однозначно невозможно, поскольку автор представляет лишь свои предположения. Очевидно, что он не обладает всеми необходимыми данными либо сознательно их умалчивает, имплицитно представляя читателю не всю информацию. Приходится полагать, что целью автора является сокрытие данных либо причин произошедшей трагедии.

Лингвистические способы и приёмы представления информативности разнообразны – от лексических и грамматических средств до применения средств стилистики. Автор публицистического текста осознанно подходит к их выбору при создании информативного текста, в таком тексте тщательно отобранные вербальные знаки, коррелируя с определёнными экстралингвистическими факторами, прежде всего служат замыслу составителя текста, который решает вопрос, какой информативностью будет обладать текст, исходя от того, какому реципиенту будет служить.

Переходя от рассуждений о тексте к анализу его важнейших свойств, считаем необходимым обратить внимание на следующие моменты. Н.С. Болотнова для рассмотрения информативности в тексте прибегает в следующей логике рассуждения: «к информативно-смысловому уровню относятся: тематический, предметно-логический (денотативный) и сюжетно-композиционный». В рамках нашего исследования структурные уровни рассмотрения информативности представляют определенный интерес; считаем достаточно обоснованным выделение тематического уровня при исследовании информативности текста, особенно это важно для анализа информативности публицистического текста.

Тематический уровень представляет следующий аспект информативности, функционально тема включает главную информацию, которая реализуется в тексте. Например, тема текста статьи, приведенной выше, следующая «*Russian plane carrying parachutists crashes, 16 killed*» (*Разбился российский самолёт с парашютистами на борту, 16 человек погибли*). На самом деле, известно, что публицистические тексты составляются в прямом и чётком соответствии с темой. В приведённом примере тема статьи

весьма информативно представляет сведения, которые раскрывается согласно замыслу автора.

Следующий уровень информативности, выделенный Н.С. Болотновой, предметно-логический. Можно рассматривать этот аспект как представляющую собой предметную информативность, при этом логика изложения сообщений или фактов о том или другом предмете также принимается во внимание. На самом деле, соотнесённость с предметом, предметным полем имеет большое значение для реализации информативности, при этом логика построения текста особенно важна в рамках подготовки автором убеждающих речей, аргументативных текстов.

Сюжетно-композиционный уровень, по нашему мнению, с трудом можно назвать относящимся к информативному, поскольку информативность по большей степени связывается с её воплощением в речевых реализациях различных коммуникативных ситуаций. Поскольку наше внимание сосредоточено на рассмотрении текстов публицистического стиля, композиция каждого такого текста заранее определена, и автор реализует информативный замысел, исходя из сложившихся норм стиля. В связи с этим сюжетно-композиционный уровень может всё же играть второстепенную роль, мало значимую при анализе информативности как признака текста.

Исследование реализации информативности в публицистическом тексте необходимым образом обусловило обращение к значимым трудам современной лингвистики, в связи с чем текст рассматривается как коммуникативный феномен, а информативность как признак текста, коммуникативного по природе. В трудах профессора Е.В. Сидорова, известного учёного-коммуникативиста, представлены современные, системные и исчерпывающие трактовки текста и информативности. Исследуя информативность публицистического текста, мы считаем необходимым обратиться к рассуждениям и результатам исследований учёного.

Коммуникативно-деятельностный подход к исследованию дискурса и текста позволил рассмотреть публицистический текст как центральный компонент публицистического дискурса, в связи с этим принимаем во внимание коммуникативно-деятельностное определение текста как центрального компонента речевого

общения, данным профессором Е.В. Сидоровым: «Текст есть знаковая модель сопряжения коммуникативных деятельностей говорящего и реципиента сообщения как адресата текста» (Сидоров, 2010, с. 166).

Данное определение имеет общий характер и при исследовании текстов определённых видов и жанров нуждается в дополнительных уточнениях. Совершенно очевидно, что в свете изучения текста, относящегося к публицистическому дискурсу, публицистическим текстом мы можем назвать модель сопряжения коммуникативных деятельностей автора текста (авторов) и адресата (читателя\читателей), соотносящую в себе оба этих видов деятельности в коммуникативном пространстве публицистики средствами масс-медиа.

Поскольку по типу и функциям публицистические тексты чаще могут быть письменными, нежели устными, автор призван создать такой, который служил бы основной цели, формируемой нами как осуществление одной из своих главнейших прагматических функций – информирование адресата такими сведениями и данными, которые ценны и актуальны, в первую очередь, для автора, однако во вторую – для реципиента.

Т.А. ван Дейк поясняет, что «к этому исходному тексту относятся не только события или действия, происшедшие непосредственно перед речевым актом, но, вероятно, и информация, аккумулированная в отношении более «ранних» состояний и событий» (Дейк, 1989, с. 210). Границы информативности, её насыщенность событиями, действиями, имевшими место как до процесса создания текста, так и непосредственно в самом процессе его написания определяет не только сам автор. Публицистический текст как результат и процесс публицистического дискурса создаётся по заданию редакции, его предметное поле может расширяться либо оставаться неизменным в заданных пределах (Малюга, 2008). Автор реализует информативность исходя из этих важных аспектов, хотя есть ещё и ряд других, которые, согласно рассуждениям Е.М. Скурко, являются наиболее важными: «на первое место в информации публицистического текста выдвигается не то, что передаётся в сообщении, а то, что воспринимается аудиторией, т.е. её прагматический аспект» (Скурко, 2022).

Поскольку публицистический текст, как и всякий другой, имеет адресата, отметим существенную особенность данного феномена. Адресат (реципиент) такого текста имеет характерные коммуникативные особенности, коррелирующие с коммуникативными ситуациями публицистического дискурса, в связи с чем зачастую может быть либо ожидаем и предполагаем либо придуман и домыслен. Как считают Н.А. Сидорова и Е.В. Курочкина, внимание к реципиенту, который «находится в нереальных или вымышленных мирах, ... предлагают условия интернет – коммуникации» и коммуникативной публицистической реальности вообще (Сидорова, Курочкина, 2021, с. 8).

Как отмечается в коллективной монографии «Мировые языки и культуры как объект филологического исследования» информативность современного публицистического текста в значительной степени повышается в современных условиях, когда господство интернета и его коммуникативных сервисов, таких как, блоги, социальные сети, чаты и мессенджеры, способствует подаче информации в таком виде, что ее потребителю – пользователю сервисов интернета – нет необходимости осуществлять процедуры по ее анализу и синтезу, т.к. она подается в практически готовом виде (Александрова, Ахренова и др., 2023, с. 143-167; Гришечко, 2021; Malyuga, Akopova, 2021). Согласно мнению, Н.А. Ахреновой, современный пользователь, приученный к потреблению информации в готовом виде, не стремится к глубокому исследованию полученных фактов, как правило принимает их на веру (Akhrenova, 2023). Этому в значительной степени способствует выделяемые нами лексико-семантические, грамматические маркеры современного публицистического текста, а также его лингвопрагматические характеристики.

Таким образом, информативность становится важнейшим признаком публицистического текста, выделяя который, Т.А. ван Дейк считает необходимыми соотносить «события/действия, происшедшие непосредственно перед речевым актом,.... но и в отношении более «ранних» состояний и событий» (Дейк, 1989, с. 210). В связи с этим, а также с учётом вышеприведённых рассуждений мы позволим себе рассматривать информативность публицистического текста в рамках единства всей метатекстовой и коммуникативной ситуаций как включённых в процесс реализации

определенных сведений не просто как сообщения о них, но как прагматическое стремление автора осуществить воздействие на психическую, ментальную и коммуникативную активность реципиента определенным информированием о событиях. Другими словами, информативность публицистического текста представляет собой коммуникативный и прагматический феномен, знаменующий собой важнейший признак публицистического текста.

Лингвопрагматический анализ реализации информативности публицистического текста

Рассуждения об информативности как существенном свойстве текста привели нас к исследованию не только коммуникативного компонента исходного феномена, но и к прямому указанию на её прагматическую составляющую. Прагматика в своей основе имеет дело с реализациями знаков языка в зависимости от целей, вкусов, ценностных предпочтений участников речевого общения. Прагматика информативности, по всей видимости, заключается в умении автора сопрягать в публицистическом тексте, обладающем информативностью, коммуникативные деятельности автора и адресата (массово по преимуществу).

Здесь и далее мы трактуем прагматику информативности, основываясь на системно-деятельностном подходе, разработанном Е.В. Сидоровым применительно к исследованию текста и дискурса. Мы полагаем, что автор публицистического текста сопрягает коммуникативные деятельности постольку, поскольку обладает такими коммуникативными возможностями. Е.Ф. Тарасов, указывая на особенности речевой коммуникации, назвал этот феномен единством сотrudничающих личностей. На самом же деле такое единство осуществляется благодаря и с помощью текста. Именно текст либо гармонизирует коммуникацию либо приводит её к распаду, именно с помощью текста участники речевого общения реализуют свои прагматические цели и задачи. Одной из важнейших задач автора публицистического текста заключается в том, как мы указывали выше, так информативно создать текст, чтобы максимально воздействовать на читателя. Это функция автора коррелирует с той, которая позволяет ему воздействовать, т.е. управлять коммуникативным и посткоммуникативным поведением реципиента, например, позволить какому-то читателю или группе читателей прочитать информативный текст,

интерпретировать его желательнее по той когнитивной модели, которую представил автор.

Регулирование действиями адресата публицистического текста могут простираются и дальше – на речевые и постречевые и даже посткоммуникативные действия, например, создание группы единомышленников при обсуждении некоторых фактов современности либо, наоборот, несогласных или несочувствующих определенным действиям, о которых сообщают данные, факты и прочее. Деятельность адресата после прочтения и интерпретации публицистического текста в большой степени есть результат регулятивной коммуникативной активности автора.

Однако нельзя преуменьшать здесь и роль читателя, поскольку в определенный момент он и сам может стать автором, и тогда первому создателю текста, по словам Р.Барта, может даже грозить смерть. Именно о такой прагматике коммуникативных действий автора и читателя писал Р. Барт в эссе «Смерть автора»: «Хотя власть Автора всё ещё очень сильна, несомненно и то, что некоторые писатели уже давно пытались её поколебать. рождение читателя приходится оплачивать смертью автора» (Барт, 1994, с. 384, 391). Сильные и многогранные эмоции, множество размышлений и интерпретаций читателя – вот в чём смысл и результат воздействия текста, таковы последствия реализации регулятивной функции авторского текста.

Рассматривая прагматический эффект информативности публицистического текста, очевидно, что самостоятельные действия читателя, к которым он пришёл под воздействием регулятивных коммуникативных действий автора есть не что иное, как регулирование читателем, пусть даже такое действие в некоторых случаях может обернуться смертью автора. В силу особенных черт публицистического дискурса автор публицистического текста обычно присутствует незримо, имплицитно, в связи с этим для читателя смерть автора может быть принята коммуникативно, как естественный коммуникативный процесс. Несмотря на взаимоотношения между создателем текста и его реципиентом прагматика информативности текста регулирует действия читателя различными способами воздействия, как эксплицитными, так и имплицитными.

Как указывает Ю.В. Шемелина, в некоторых британских газетах, таких как «The Daily Telegraph» и «The Guardian», «структура новостного формата в печатной прессе отвечает принципу максимального удобства для читателей ("reader-friendly"). Сводка наиболее значительных сообщений в сжатом виде представлена на первой странице, а далее новости распределены по основным тематическим рубрикам (мировые новости, новости спорта, бизнеса). Длина новостного текста колеблется в пределах 200-500 слов. Большинство новостных текстов созданы по принципу перевернутой пирамиды» (Шемелина, 2008, с. 121).

Например, *A third of 14-year-olds in England are failing to reach expected levels in English, maths and science as school standards continue to fall well short of official targets, it was revealed yesterday* (The Guardian 15.06.2024) (*Вчера стало известно, что треть 14-летних детей в Англии не достигают ожидаемого уровня владения английским языком, математикой и естественными науками, поскольку школьные стандарты по-прежнему значительно отстают от официальных показателей*) – в данном отрывке текста содержится информация о качестве обучения в Англии, в которой представлены сведения о таких аспектах, как *failing to reach expected levels in English, maths and science, school standards continue to fall*. Данные являются, по мнению автора, весьма значимыми для информирования реципиента, являющимся, на самом деле, массовым читателем. Другими словами, информативность анализируемого текста связана с ценностно осознаваемой автором необходимостью не просто проинформировать читателя о проблемах английской образовательной системы, но попытаться воздействовать на его ментальные, когнитивные структуры и коммуникативную деятельность по восприятию и интерпретации информативности текста определённым образом, предположительно, вселить недоверие и отрицательные коннотации к системе образования в Англии.

Прагматически анализируя информативность текста в приведённом примере, стоит обратить внимание на лингвистический аспект: базовым компонентом для анализа языковых структур является отрицательное оценочное значение, связанное с отрицательной семантикой по поводу фактического положения дел в английском образовании. Для этой цели автор

текста использует определенные лексико-грамматические средства: используются точные фактические данные (*A third of 14-year-olds*), лексика с негативной коннотацией (*failing to reach expected levels in English*), (*school standards continue to fall well short of official targets*). Синтаксис в приведенном отрывке представляет собой пассивную модель, которая имеет цель проинформировать читателя без указания на источник информирования (*it was revealed yesterday*). Очевидно, автор прибегает к такому приёму не случайно, а осознанно, пытаясь сохранить тайну об издательстве, вызывает этим активный интерес читателя к сведениям, содержащимся в статье.

Языковые особенности реализации информативности публицистического текста

В связи с тем, что «цифровое пространство накладывает дополнительные специфические модусы на конкретную коммуникативную ситуацию» (Пильгун, 2019, с. 105), информативность в английских публицистических текстах может иметь некоторые языковые особенности. В процессе создания публицистического текста автор уже на этапе предварительного отбора объективных фактов сталкивается с проблемой субъективной обработки. Опираясь на факты действительности и создавая своё максимально документализированное представление о картине мира, автор не придумывает события, ситуации, поступки, тексты диалогов, а «достраивает, домысливает» то, что ему неизвестно. В ходе интерпретации объективной реальности, опираясь на свои представления, ценности, картину мира, языковой инвентарь, автор создаёт публицистический текст, обладающий определенной информативностью, реализованной отобранными языковыми средствами. В этой связи мы вполне соглашаемся с О.Ф. Ахметгареевой и Н.А. Сидоровой, указывающими, что «все важные социально-политические события в жизни общества в целом активно освещаются в СМИ и глобальной сети интернет, общественное мнение формируется и наполняется идеологической составляющей в соответствии с доминирующими ценностями, детерминирующими СМИ» (Ахметгареева, Сидорова, 2022, с. 60). Данный взгляд учёных отсылает нас к утверждению детерминирования ценностного компонента при выборе языковых средств реализации информативности в публицистическом тексте.

Автор такого текста, представляя определенную информацию, стремится оказать прагматическое влияние на читателя, при этом актуализирует её не только рациональным способом, широко используя образный строй повествования, но и с помощью эмоционального воздействия на адресата. Таким образом, составитель такого текста стремится не только заслужить доверие читателей, но и добиться, чтобы к нему прислушались, приняли его ценности, взгляды, аргументы и его мнение. Например,

The investment in overseas students and the UK-India Education and Research Initiative - a project to make Britain the "partner of choice" - will be £27 million over the next two years, but £7 million will be spent directly on attracting overseas students (The Daily Telegraph 19.04.2024). (Инвестиции в иностранных студентов и Британско-индийскую образовательную и исследовательскую инициативу - проект, направленный на то, чтобы сделать Великобританию "предпочтительным партнером", составят 27 миллионов фунтов стерлингов в течение следующих двух лет, при этом 7 миллионов фунтов стерлингов будут потрачены непосредственно на привлечение иностранных студентов) – информативность данного текста, как следует из анализа, складывается из прагматически обусловленных языковых факторов. Прагматика принятия мнения, точки зрения автора, его ценностей, взглядов, аргументов становится возможной лишь при тщательном привлечении языковых средств, отбор которых будет способствовать наиболее эффективному осуществлению целей и задач, поставленных автором. Рациональный компонент информативности обеспечивается широтой использования реалий: *the UK-India Education and Research Initiative, Britain*, употреблением достаточного количества имён числительных: *will be £27 million over the next two years, £7 million will be spent directly*, фактические данные: *The investment in overseas students and the UK-India Education and Research Initiative*. Однако автор не забывает об эмоциональной стороне воздействующей силы информативности текста и прибегает к метафоре "*partner of choice*", в которой содержится когнитивная информация текста о предпочтительном партнере. Таким партнёром, информирует автор текста, является *Britain*. Синтаксис данного текста также имплицитно служит цели эмоционального воздействия на реципиента – используется

активная конструкция с явным указателем деятеля: *The investment will be £27 million over the next two years*, что может укрепить веру в автора текста. Обратим внимание, что активная синтаксическая конструкция является в тексте первой, она обращает на себя первостепенное внимание читателя, внимание которого в данном случае может ускользнуть от пассива следующей конструкции: *but £7 million will be spent directly on attracting overseas students*. Пассивная синтаксическая конструкция использована автором не случайно, поскольку позволяет информировать лишь отчасти или скрывать информацию о том, кто на самом деле и когда будет тратить миллионы фунтов стерлингов на привлечение иностранных студентов. Использование определенной последовательности следования синтаксических конструкций позволяет, не уклоняясь от представления информации, использовать тактику переключения референта, имплицитно реализующую ценностные предпочтения составителя данного текста. Таким образом, как следует из анализа языковых средств, обеспечивающих информативность, они представляют собой две группы – рациональные языковые средства и эмоциональные языковые средства, которые сообразно выполняемым функциям обеспечивают воздействие на рациональную и эмоциональную сферы читателя публицистического текста.

Выводы

Следует отметить, что динамика информативности публицистических текстов формируется под непрерывным воздействием ценностей, концептов, смыслов участников публицистического речевого общения, обеспечивая координационное сопряжение в публицистическом тексте, а также под влиянием среды, в которую текст помещается автором. При этом адресант публицистического текста, для того чтобы добиться информирования адресата, рассматривает последнего в ракурсе своих возможных представлений, ценностей и картины мира. Во всяком случае, информация адресуется как массовому адресату, так и воображаемому читателю, и поэтому отбор языковых средств крайне важен.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что информативность публицистического текста может быть ключевой точкой сопряжения коммуникативных деятельностей автора и

читателя в развивающейся информационной среде их социально-вербального взаимодействия. Языковые средства публицистического текста есть не только средства, отобранные адресантом для адресата, – они выполняют важную функцию информирования при установлении и сохранении интерактивности речевой коммуникации в публицистической сфере, а также с целью усиления воздействующего эффекта на целевого адресата, индивидуального или коллективного. Именно лингвистически точно оформленная информативность позволяет ожидать коммуникативно ответного шага от читателя, прогнозировать его дальнейшие речевые и неречевые действия.

Литература

1. Ахметгареева О.Ф., Сидорова Н.А. Специфика реализации ценностного компонента конфликтного политического дискурса // Военно-филологический журнал. – М.: ВУ. – 2022. №2. – С. 59–72.
2. Барт Р. Смерть автора // Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М. – 1994. – С. 384–391.
3. Болотнова Н.С. Филологический анализ текста. – Москва: ФЛИНТА, 2016.
4. Гришечко Е.Г. Коммуникативная стратегия вежливости в современном английском языке: разноуровневые средства реализации: монография. – М.: Российский университет дружбы народов, 2021. – 189 с. EDN: EHERPQ
5. Дейк Т.А. ван Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989.
6. Козловская А.Б. Информативность как основная категория газетных сообщений // Вістник СумДУ. – 2006. – № 11 (95). – Т.1. – С. 40–47.
7. Малюга Е.Н. К вопросу о жанрово-стилевой парадигме газетного текста // Вестник университета российской академии образования. – 2008. – № 2. – С. 68–71. EDN: NRABFN
8. Мировые языки и культуры как объект филологического исследования / О. В. Александрова, Н. А. Ахренова, М. Г. Бахтиозина [и др.]. – Москва: "ИЗДАТЕЛЬСТВО "НАУКА", 2023.

9. Нечепоренко Н.М. Категория информативности в малоформатном научном тексте энциклопедического характера: когнитивный и дискурсивный аспекты: на материале английских и русских лингвистических энциклопедий: автореферат дисс.к. филол.н. Тамбов. 2011.
10. Пильгун М.А. Трансформация семантических представлений и лексических ассоциаций: понятие «власть» // Филология и культура. – Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет. – 2019. – №4 (58). – С. 100 – 107.
11. Сидоров Е.В. Коммуникативный принцип исследования текста // Известия АН СССР. Сер. Лит и язык. – М.: АН СССР. – 1986. – Т.45. – №5. – С. 425 – 432.
12. Сидоров Е.В. Общая теория речевой коммуникации. – М.: Изд-во РГСУ, 2010.
13. Сидорова Н.А., Курочкина Е.В. Возможности реализации языковой личности в системе политической коммуникации // Учёные записки национального общества прикладной лингвистики. – М.: НОПриЛ. – 2021. – № 1 (3). – С. 7 - 14.
14. Скурко Е.М. Особенности информативности текстов публицистического стиля // Культура и безопасность. – 2022. №4. – С. 55-62.
15. Черняевская В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. – М.: Либроком, 2009.
16. Шемелина Ю.В. Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов: на материале британской качественной прессы: дис. на соиск. учен. степ. кандид. филол. наук. Архангельск, 2008.
17. Akhrenova N. A., Zaripov R. I. Linguopragmatic Scopes of Modern Media Texts // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. – 2023. – Vol. 14. – No. 3. P. 801-817. DOI 10.22363/2313-2299-2023-14-3-801-817.
18. Beaugrand R., Dressier W. Introduction to Text Linguistics. – London: Longman, 1994.
19. Galperin I.R. Stylistics: учебное пособие для студентов ин-в и фак-в ин. языков. – Moscow: Vyssaia skola, 1981.

20. Malyuga E.N., Akopova A.S. Precedence-setting tokens: issues of classification and functional attribution // *Training, Language and Culture*. – 2021. – № 5(4). – P. 65–76. DOI: 10.22363/2521-442X-2021-5-4-65-76
21. The Daily Telegraph. – URL: <https://downmagaz.net/newspapers/396658-the-daily-telegraph-18042024.html>
22. The Guardian. – URL: <https://downmagaz.net/newspapers/401949-the-guardian-15062024.html>

References

- Akhmetgareeva, O.F., & Sidorova, N.A. (2022). Specifica realizatsii tsennostnogo komponenta konfliktnogo politicheskogo diskursa [The specifics of the implementation of the value component of conflict political discourse]. *Vojenno-filologicheskij zhurnal [Military Philological Journal]*, 2, 59 – 72. (in Russian).
- Akhrenova, N.A., & Zaripov, R.I. (2023). Linguopragmatic Scopes of Modern Media Texts. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 14 (3), 801-817. DOI 10.22363/2313-2299-2023-14-3-801-817.
- Aleksandrova, O.V., Ahrenova N.A., & Bahtiozina M.G. (2023). *Mirovye yazyki i kul'tury kak ob"ekt filologicheskogo issledovaniya [World languages and cultures as an object of philological research]*. Moscow: "NAUKA", 2023. (in Russian).
- Bart, P. (1994). Smert' avtora [Death of the Author]. In *Izbrannyye raboty: Semiotika. Poetika [Selected Works: Semiotics. Poetics]*, (p. 384 – 391). Moscow, Progress. (in Russian).
- Beaugrand, R., & Dressier, W. (1994). *Introduction to Text Linguistics*. London: Longman.
- Bolotnova, N.S. (2016). *Filologicheskij analiz teksta [Philological analysis of the text]*. Moscow: Flinta. (in Russian).
- Dejk, T.A. van J. (1989). *Poznaniye. Kommunikacija [Language. Cognition. Communication]*. Moscow: Progress. (in Russian).
- Galperin, I.R. (1981). *Stylistics*. Moscow: Vyssaia skola.
- Grishechko, E. G. (2021). *Communicative strategy of politeness in modern English: Multi-level means of implementation*. RUDN University. EDN: EHERPQ
- Kozlovskaia, A.B. (2006). Informativnost' kak osnovnaja kategorija gazetnyh soobshhenij [Informativeness as the main category of

- newspaper messages]. *Vistnik of SumDU [The Bulletin of Sumy State University]*, 11 (95), 40-47. (in Russian).
- Malyuga, E. N. (2008). A newspaper text: genre and style paradigm in English interrogative sentences. *Bulletin of the University of the Russian Academy of Education*, 2, 68-71. EDN: NRABFN
- Malyuga, E. N., & Akopova, A. S. (2021). Precedence-setting tokens: Issues of classification and functional attribution. *Training, Language and Culture*, 5(4), 65–76. DOI: 10.22363/2521-442X-2021-5-4-65-76
- Necheporenko, N.M. (2011). *Kategorija informativnosti v maloformatnom nauchnom tekste enciklopedicheskogo kharaktera: kognitivnyj i discursivnyj aspekty: na materiale anglijskih i russkih lingvisticheskikh enciklopedij [The category of informativeness in a small-format scientific text of an encyclopedic nature: cognitive and discursive aspects: based on the material of English and Russian linguistic encyclopedias]*. (Candidate thesis abstract, Russia, Tambov: Derzhavin Tambov State University). (in Russian).
- Pil'gun, M.A. (2019). Transformacija semanticheskikh predstavlenij i leksicheskikh asociacij: ponjatije "vlast'" [Transformation of semantic representations and word associations: the concept of "power"]. *Filologia i kul'tura. [Philology and Culture]*, 4(58), 100 – 107. DOI: 10.26907/2074-0239-2019-58-4-100-107 (in Russian).
- Sidorov, E.V. (1986). Kommunikativnyi princip issledivanija teksta [Communicative principle of text research]. *Izvestija AN SSSR. Ser. Lit. i jazyk. [Izvestia of the USSR Academy of Sciences. Ser. Lit and language]*, 45 (5), 425 – 432. (in Russian).
- Sidorov, E.V. (2010). *Obshhaja teorija rechevoj kommunikacii [General theory of speech communication]*. Moscow: Izd – vo RGSU. (in Russian).
- Sidorova, N.A., & Kurochkina E.V. (2021). Vozmozhnosti realizacii jazykovoj lichnosti v sisteme politicheskoi kommunikacii [Possibilities of linguistic personality realization in the system of political communication]. *Ichjonyje zapiski nacional'nogo obshhestva prikladnoj lingvistiki [Scientific Notes of the National Society of Applied Linguistics]*, 1 (3), 7 - 14. (in Russian).
- Skurco, E.M. (2022). Osobennosti informativnosti tekstov publitsisticheskogo stilia [Peculiarities of publicistic texts

- informativeness]. *Kul'tura i bezopasnost' [Culture and Safety]*, 4, 55-62. DOI 10.25257/KB.2022.4.55-62 (in Russian).
- Chernjajevskaja, V.E. (2009). *Lingvistika teksta: polikodovost', intertekstual'nost', interdiskursivnost'* [Text linguistics: polycode, intertextuality, interdiscursivity]. Moscow: Librocom. (in Russian).
- Shemelina, Ju.V. (2008). *Lingvokognitivnyje aspekty anglijskih novostnyh tekstov: na materiale britanskoj kachesnvennoj pressy [Linguistic and cognitive aspects of English news texts: based on the material of the British quality press]*. (Candidate thesis, Archangelsk: Belgorod State University). (in Russian).
- The Daily Telegraph. (2024). Retrieved from: <https://downmagaz.net/newspapers/396658-the-daily-telegraph-18042024.html>
- The Guardian. (2024). Retrieved from: <https://downmagaz.net/newspapers/401949-the-guardian-15062024.html>

УДК 811.111/81'42

<https://doi.org/10.25076/vpl.55.02>

Е.П. Мурашова²

Московский государственный лингвистический университет,
Московский энергетический институт

**ЛИНГВОКОГНИТИВНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
КОММЕМОРАТИВНОГО ДИСКУРСА
(НА МАТЕРИАЛЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ОНЛАЙН-ТЕКСТОВ)**

Статья посвящена лингвокогнитивным аспектам коммеморативного дискурса. Под коммеморативным дискурсом в настоящем исследовании понимается совокупность опосредованных языком социальных практик сохранения, продвижения и передачи наследия прошлого. Актуальность

² © Мурашова Е.П. 2024



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Поступление в редакцию 20.06.2024 г.

Принятие к публикации 5.09.2024 г.