

ТИПЫ ИНФОРМАТИВНОСТИ В ДИСКУРСЕ МЕДИА

Зейналова А. Ф.

Азербайджанский университет языков (Баку, Азербайджан)

У статті розглянуто поширення інформації в дискурсі і типи інформативності в медіа дискурсі. Досліджено когнітивний і комунікативний типи інформації, інференційні, закодовані, інтерактивні, прогнозувальні, поширювальні, ретроспективні ознаки та інші типи інформативності. Аналіз показав, що залежно від взаємостосунки адресата і органу медіа до події розрізняються такі типи інформативності, як позитивний і негативний.

Ключові слова: медіадискурс, інформація, інформативність, когнітивна інформація, комунікативна інформація, мовна інформація, ретроспективна інформативність.

In article are considered information distribution to a discourse and types of the informing in a media discourse. Are investigated also cognitive and communicative types of the information, inferential, the coded, interactive, predicting, extending, retrospective signs and other types of informativity. Research shows that depending on the relation of the addressee and body of media to incident such types of the informing, as positive, negative differ.

Keywords: a media discourse, the information, the informing, the cognitive information, the communicative information, the language information, retrospective the informing.

Информативность – это одно из основных качеств, начиная с самых маленьких единиц языка вплоть до больших объемов текстов, также самый важный показатель медиадискурса. Причиной тому является то, что основной функцией прессы является преподнести обществу информацию о том, что произошло, что происходит и что может произойти. Задачей средств массовой информации является информировать, развлекать, оказывая влияние на людей, предоставлять им возможность принимать участие в общественной жизни, делах прямым или косвенным путем, так же выражать свое мнение по поводу всего происходящего в обществе.

Информативность является предметом дискурса и текста. Информация принимается с определенной целью, осваивается, передается, потом заново принимается, осваивается и сохраняется.

В теории информатики изучаются значение информации, средства ее передачи и приема, связь между передачей и приемом информации, основные препятствия при освоении информации, излишек информации и другое. Каждая единица языка содержит в себе определенную информацию. Объем данной информации зависит от параметров языковых единиц [1, с. 118].

И. Р. Гальперин указывает три типа передаваемой информации при коммуникации: когнитивная, языковая, коммуникативная [2, с. 8].

Информация, познаваемая при помощи когнитивной системы живых существ, называется когнитивной. Когнитивная информация – это выраженное указательными системами в социуме мировоззрение в результате человеческой деятельности. В научных текстах уделяется большое внимание когнитивной информации. Можно выделить следующие языковые средства выражения когнитивной информации в тексте или дискурсе: 1) языковые средства, влияющие на объем когнитивной информации: исключения (лексические и научные), графические знаки (скобки, двоеточие и т. д.), синтаксические средства, символы и знаки; 2) термины; 3) нейтральный лексический фон; 4) неопределенность условий в высокой степени.

Когнитивная информация в первую очередь связана с содержанием знания, данная информация свободна от субъективного влияния отправителя, следовательно, является доступной для постоянной практической работы.

Языковая информация – это информация, преподносяемая языковыми единицами. Если количество языковых единиц маленькое, объем языковой информации тоже будет маленьким или же наоборот, т. е. объем информации зависит от количества языковых единиц. Как известно

информации, преподносимые графемами, словом, словосочетанием, предложением, сложным предложением и текстом, совершенно отличаются друг от друга. Медиадискурс состоит из языковых единиц.

Коммуникативная информация является плодом общения и коммуникативного процесса. Коммуникативная информация бывает и принимаемой и отправляемой. В тексте коммуникативная информация является переданной автором информацией.

В медиадискурсе информативность существует на лексическом и семантическом уровнях. Согласно следующим параметрам выражается информативность слова: 1) передача не только основного логически понятного значения, но и эстетического представления; 2) пробуждение реакции у адресата; 3) получение нового значения, опираясь на структурную семантику; 4) простое морфологическое строение и активность в контексте; 5) потеряв старое значение, получить новое; 6) многозначность [2, с. 85–86].

Проявляются позиции, выделяющие информативность, линейность, значения времени и места синтаксических единиц. Сюда относятся следующие: 1) логическое и грамматическое значения; 2) особенность структуры (порядок слов); 3) вид связи (сложное предложение, также логическая связь включенных двух простых предложений; отношение общего к частному); 4) модальность; 5) позиция строения (полнота предложения); 6) позиция локальности (место предложения в речи); 7) прагматическая позиция; 8) интенциональная позиция (задачи коммуникации); 9) эмоциональная позиция. Например:

Obama talks tough and says Syria's use of chemical weapons would be a 'game changer' – but shows no rush to act on evidence.

President Barack Obama has vowed a 'vigorous investigation' into reports Syria has used chemical weapons? Warning they will be a 'game changer' for US policy if proven true.

В данном примере в синтаксических единицах чувствуется укрепление позиции информативности, фокусирование внимания на основной информации, явно ощущается интенсивная черта. Выделением простых предложений из одного сложного можно выделить схожие черты информативности, также можно выделить другие качества по разным направлениям. В начале предложения “Obama talks” является выражением синтаксической конструкции. Если мы отделим его от материала английского языка, контекста, то предикация сохраняется. Это связано с порядком слов в английском языке. То есть первое слово – подлежащее, а второе – сказуемое, из-за этого возникает предикация. Цель раскрытия критерия информативности вынесения словосочетания из контекста совсем другая. Согласно информативности синтаксически полное предложение мы можем разделить следующим образом:

Obama talks tough and says ≈ Obama talks → Obama talks tough + Obama says → Obama says tough ≈ Obama talks tough and says

В данной части синтаксического предложения проявляются логико-грамматическая позиция, особенности позиции строения. В выражении “Obama sœrt danışmıřdır vœ demiřdir” нет никакого показателя того, что Обама выразился жестко. С другой стороны, информативность синтаксической конструкции выходит за пределы грамматических канонов. Выражение “Obama talks tough”, синонимичность *talks* = *says* приводит к такому сложению, как *Obama talks tough + Obama says*.

У сложного предложения второй синтаксической конструкцией является выражение “Syria's use of chemical weapons would be a 'game changer'”. Данное выражение можно показать как одно сложное выражение, состоящее из трех простых: *Syria's use of chemical weapons* + *would be* + *a 'game changer'*.

Syria's use → Syria's use weapons → Syria's use of chemical weapons

Ассоциативное освоение “Syria's use of chemical weapons” создает данную информативность. Не случайна данная синтаксическая конструкция: *Syria's use of chemical weapons*, говорящая о том, что Сирия пользуется химическим оружием, здесь нет никакой мысли о том, использовала

ли Сирия химические оружия до, после или нет. На самом деле так. 27 апреля 2013 года Сирия впервые перешла на химическое оружие. Но предложение было построено так, как будто Сирия уже давно использует химическое оружие. В предложении используется модальный глагол, поэтому информативности присуща модальность. Обама в будущем собирается поменять “правила игры”, по крайней мере, он предложил такую идею. Метафоричность словосочетания “*A game changer*” создает возможность соответствовать различному семантическому плану. Здесь коммуникативная информативность может быть различной у адресата и адресатов. Например, Обама меняет свои планы игры на счет Сирии. Использование химического оружия со стороны Сирии показывает, что план изменен. Не только со стороны Обамы, вообще планы на счет Сирии изменены. Последней частью синтаксического выражения является “*but shows no rush to act on evidence*”. Эта часть связана со словом Обама.

Следует также отметить, что в сложном синтаксическом компоненте при связи друг с другом, части предложения не до конца теряют свои системные качества. На самом деле, при помощи связей воспроизводятся две функции: грамматическая и текстообразующая. В основе текстообразующей функции лежат аддитивизм, порядок времени, отношение причины и заключения, ретроспекция (анафора), проспекция (катафора), параметры времени и места, смешанные качества новой и старой информации. Вышеприведенный пример подтверждает, что в медиаструктуре не только структура предложения, в основном структура выражения мысли и связь несут дополнительный смысл [2, с. 121].

Медиадискурс требует изучения обильной информации. Информативность может быть нацеленной и ненацеленной.

В медиадискурсе идет процесс обработки информации. Следует обращать внимание и на то, что медиадискурс может извлекать информацию из другого медиадискурса. Газета получает информацию из агентства и работает над ней соответственно профилю своей газеты. Обработка данной информации повторно оставляет след нового медиадискурса.

В медиадискурсе эксплицит, конвенция, самостоятельная информация находят свое отражение в вербальной и невербальной форме. В данной газете информация медиадискурса отличается от информации имплицитной, имеющей дополнительный смысл, значение [6, с. 83].

В британской газете “*Deily Telegraph*” статья под названием “*Police from across UK to quell Belfast violence*” была вынесена на первый план. В журналистике данный случай называется вынесением на манжет. На манжете отражаются название статьи и ее основное содержание.

Известно, что в газете используются такие невербальные средства выражения, как шрифт, размер шрифта, цвет печати, курсив, рисунок, рамка и т. д. В представленном примере название статьи в газете указано синим цветом. Также заголовки выделяются крупным шрифтом. Текст после заголовка разделен на две части, которые размером шрифта отличаются друг от друга.

Hundreds of police from across UK to be deployed to Belfast after loyalist violence flares for third night.

Hundreds more police officers are to be drafted in to Northern Ireland from forces across the UK after a third night of rioting saw protests throw petrol bombs and other

В заголовках и подзаголовках есть повторяющиеся особые лексические единицы, которые несут специальный информационный груз и помогают формированию независимой информации. Такие повторяющиеся выражения, как *полиция*, *полиция всей Британии*, *сотни полицейских*, *более сотни полицейских*, притягивают внимание на такую повторяющуюся лексическую единицу, как “полицейский”. Эксплицитным путем увеличиваем число полицейских, имплицитным путем формируем позитивное влияние на него. Повторение одного и того же слова три раза, привлечение внимания цветом текста и размером шрифта и, наконец, формирование позитивного имплицитного влияния – все это относится к информативности. Конвенциональная информация является обычной для социума реализацией информации. То есть полиция должна выгонять тех, кто создают беспорядок.

В заголовках, во многих словах подзаголовка, так же во многих словосочетаниях формируется определенная информация. Обратим на них внимание. Выражение “to quell Belfast violence” помещено в заголовке. Известно, что полиция объединилась для подавления беспорядка. В подзаголовке указана степень жестокости полицейских, а после (*after a third night*) дается информация о том, что насилие продолжается (*loyalist violence*).

Третий подзаголовок в какой-то степени является изменившим форму повтором первого. В конце каждого подзаголовка указывается на страшные факты насилия: ... *of rioting saw protesters throw petrol bombs and other missiles at police*. Три ночи подряд был беспорядок, жестокость против полицейских, только после этого полицейские объединились, чтоб подавить восстание.

Наблюдается тот факт, что в одной и той же газете, одна и та же информация изменяется в разных направлениях и преподносится по-разному. Например, создавших беспорядок на площади Таксим, в газете называли мирным населением. А в Британских происшествиях их называют “создающими беспорядок”. В Турции при описании происшествия указывается на то, как полицейские успокаивали народ, поливая водой, стреляли пластиковыми пулями, избивали их, а в Белфасте указывается именно на жестокость по отношению к полицейским (*saw protests throw petrol bombs and other missiles at police*). Данный факт раскрывает то, в каком виде представлена информация. Информация преподносится положительной и отрицательной по отношению к сторонам. В Турции отношение к полицейским негативное, к населению позитивное. В Великобритании стороны меняются местами. Следовательно, в медиадискурсе есть показатели позитивности и негативности. В медиадискурсе создание позитивной и отрицательной информативности зависит от отношения работников газетного издания к происшествию.

Различные исследователи указывали на то, что в медиадискурсе коммуникативная информативность имеет следующие виды: инференциальность, закодированность, интеракциональность.

Закодированная информативность – это общепонятная информативность для предоставления возможности передачи информации о случившихся событиях – социально-культурных, общественно-политических, также возможность объяснения переданной информации.

Инференциальная информативность наряду с возможностью передачи информации также позволяет адресату освоить материал.

Интеракциональная информативность – раскрывает суть информации, также показывает правила поведения. Информативность данного типа не встречается в газетном медиадискурсе. Как нам известно, в газетах суть информации не может быть выражена невербальными средствами (молчание, мимика, жесты, позы). Вместо данных средств в газетах находят свое отражение такие средства, как рисунки, иллюстрации, различные формы выполняют функции невербального средства передачи информации.

Различные типы информации медиадискурса, их отличия друг от друга тесно связаны с тем, кто передал данную информацию. Модели общения являются типами информативности медиадискурса. Для достижения определенной цели выделяется информативный тип общения.

Информативность медиадискурса параллельна с информативностью текста. Для газеты основным считается информативность текста. В газетных материалах ведущую роль играет текст. Когда в медиадискурсе готовится репортаж на основе рисунков, фото, информативность связана и с текстом, и с изображениями.

Выдвигается такое мнение, что “коммуникативная информативность” является синонимом “текстовой информативности”. Они отличаются “моделью общения” и “информационными механизмами”. Во время дифференциации текста в медиадискурсе различаются следующие типы: концептуальное содержание, фактическое содержание, подтекстовое содержание.

Концептуальное содержание выделяет идею медиадискурса образно или в форме тезиса. Фактическое содержание охватывает факты, время, место, участвующих и т. д. Подтекстовое содержание выносится из текста, охватывает переносный смысл, знаки, парадоксы и т. д. Информативность имеет такие формы, как: энциклопедичная, социально-культурная, абстрактная и т. д. Информативность медиадискурса связана с различными формами и типами общения. Тема медиадискурса формирует макропозицию и макроструктуру. Медиадискурсу свойственна тематическая информативность, реализованная в отдельных предложениях и зависящая от линейности речи. Для информативности содержания медиадискурса очень важно создание глобальности и иерархичности.

Контекстуальная информативность представляется в виде закодированных и подтекстовых ключей. Контекстность реализуется во введении медиадискурса. Подтекстовые ключи тоже используются в данном значении. Согласно линейности речи в начале медиадискурса информация, содержание и интенциональное направление определяются, связываясь, превращаются в контекст. Данный контекст активизирует знания и мнения адресата на счет содержания, формирует модель и тональность общения.

В типологической информативности очень важны структура и система. Типологическая информативность выражает размер дискурса во время планирования содержания, выражает диахронические и синхронические качества языка.

Социально-дейктичная информативность медиадискурса проявляется в специфичной дискурсивной информативности. Ф. Я. Вейсалли утверждает, что в современной лингвистике дейксис выражает значение “показывать, демонстрировать”, и он делится на четыре основных типа: 1) личность; 2) место; 3) время; 4) социальность. Социальный дейксис формируется в результате развития таких компонентов медиадискурса, как личность, время, место.

Во время изучения медиадискурса обращается внимание на социально-культурную информативность. К социально-культурной информативности относятся индивидуальный опыт адресата, нравственные и эстетические ценности эпохи, характер взаимоотношения адресатов, их социальный статус.

Согласно функциональным категориям информативность медиадискурса можно разделить на такие типы, как контроль, распространение информации, ретроспективность, прогнозирование.

Для обработки информации необходимо объединение таких операций, как анализ, синтез (соединение различных частей информации, также их разделение), актуальность (показывать актуальные части информации).

Ретроспективность информации образуется при помощи получения информации из прошлого. Ретроспективная информация используется в различных типах дискурса. Во время передачи старой информации обращается внимание на различные цели, коммуникативное желание.

Прогнозируемая информация – это выбор той или другой альтернативной информации для будущего. В медиадискурсе – это информация, опирающаяся на будущее, имеющая в виду события, связанные с будущим.

Информативные типы медиадискурса не ограничиваются перечисленными. Различные познания, различные типы информации, взаимоотношение когнитивных структур в медиадискурсе, принципы понятия когнитивных структур в медиадискурсе, выдвижение на первый план социально-культурных критериев также входит в круг общего интереса.

Литература

1. Черняховская Л. А. Смысловая структура текста единицы / Л. А. Черняховская // Вопросы языкознания. – М., 1983. – № 6. – С. 117–126.
2. Гальперин И. Р. Информативность единиц языка / И. Р. Гальперин. – М. : Высшая школа, 1974. – 175 с.

3. Məmmədov A. Y. Xarici dilçilikdə MBS // Abdullayev K. M., Məmmədov A. Y., Musayev M. M., və b. Azərbaycan dilində mürəkkəb sintaktik bütövlər. – Bakı : Mütərcim, 2012. – S.44–61.
4. Агашина Н. М. Специфика передачи когнитивной информации при переводе научного текста по лингвистике [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [conf.stavsu.ru / _WordDocs/965.doc](http://conf.stavsu.ru/_WordDocs/965.doc)
5. Obama talks tough and says Syria's use of chemical weapons would be a game changer' – but shows no rush to act on evidence // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.dailymail.co.uk/news/article
6. Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / Михаил Львович Макаров. – Тверь, Изд-во ТГУ , 1998. – 420 с.
7. Grice H. P. Logic and conversation / H. P. Grice // Syntax and Semantics. – N. Y., 1975. – Vol. 3: Speech Acts. – P. 41–58.
8. Brown G. Discourse Analysis / G. Brown, G. Yule. – Cambridge etc. : Cambridge University Press, 1983. – 183 p.
9. Veysəlli F. Y. Diskurs təhlilində giriş / F. Y. Veysəlli. – Bakı : “Təhsil” NPM 2010. – 155 s.