

ИНФОРМАТИВНОСТЬ КАК ОСНОВНАЯ КАТЕГОРИЯ ГАЗЕТНЫХ СООБЩЕНИЙ

А.Б. Козловская

Статья посвящена исследованию информативности как основной текстовой категории англоязычных газетных сообщений. Автор осмысливает место категории информативности в системе текстовых категорий и рассматривает основные свойства и функции текстовой информации.

Изучение категорий текста (КТ) *актуально*, так как нельзя говорить о каком-либо объекте исследования, не назвав и не объяснив его категории. *Целью* данной статьи является исследование информативности как основной КТ газетных сообщений. Цель обуславливает постановку следующих конкретных *задач*: осмыслить место категории информативности (КИ) в системе текстовых категорий; рассмотреть основные свойства и функции текстовой информации.

«Категория» с общефилософской точки зрения определяется Н.И. Кондаковым как «пределно широкое понятие, в котором отображаются наиболее общие и существенные свойства, признаки, связи и отношения предметов, знаний объективного мира» [1, 240]. 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» [2, 13]. КТ отражают его «наиболее общие и существенные признаки и представляют собой ступеньки в познании его онтологических, гносеологических и структурных признаков» [3, 80]. Описание КТ и их взаимодействия нацелено на то, чтобы, «охарактеризовав каждую выявленную связь элементов системы отдельно, получить обобщенную характеристику всей системы, т.е. текста как целого, путем соединения знаний об этих элементах» [4, 18].

С 80-х годов в лингвистике текста обозначились два основных направления исследований категорий текста: «таксономическое (классификационное) и качественное» [3, 80]. Таксономические исследования представляют собой классификацию КТ и изучение механизмов их взаимодействия [4; 5]. Качественные исследования изучают функционирование определенной КТ, например, времени [6], времени и пространства [7], информативности [8], связности [9], когезии [10], связности и членения [11], модальности [12] и др.

Следует заметить, что предлагаемые классификации КТ неоднородны, поскольку в их основе лежат различные критерии: «семантические и структурные, прагматические и функциональные, облигаторные и факультативные, признаки, отличающие текст как лингвистический объект, и признаки, характеризующие экстралингвистическую ситуацию порождения текста» [3, 81]. Многообразие КТ в различных исследованиях свидетельствует о том, что сами «категории не подверглись еще таксономической обработке» [5, 5]. Широкий спектр работ по изучению КТ и многочисленные указания на неразработанность данной проблемы свидетельствуют об актуальности исследования текстовых категорий.

И.Р. Гальперин делит КТ на содержательные и формально-структурные, объединяя те и другие в грамматические. Ученый исследует категории сцепления, информативности, ретроспективности, модальности [5]. З.Я. Тураева выделяет две основные группы КТ. В первую группу входят категории, характеризующие структуру текста, вторая группа категорий отражает особенности содержательной стороны текста. К структурным относятся категории сцепления, интеграции, прогрессии/стагнации; к содержательным (концептуальным) – образ автора, пространство и время, информативность, причинность, подтекст, модальность [3, 81]. В.А. Кухаренко в художественном тексте выделяет категории членности, связности, проспекции, ретроспекции, антропоцентричности, локально-темпоральной отнесенности, концептуальности, информативности, системности, целостности

(завершенности), модальности, прагматической направленности [13, 70-79]. О.П. Воробьева рассматривает категории референциальности, концептуальности, адресантности, адресованности, указывая на условность их разграничения, т.к. «они находятся в отношении тесной взаимной сопряженности и совмещения, обнаруживаясь в семантическом пространстве макрознака по неким семантическим «сгущениям», коррелирующим с поверхностными сигналами в ткани текста» [4, 43]. Е.А. Селиванова считает, что размежевание текстовых категорий не представляется возможным, «ибо любую категорию можно рассматривать в равной мере как структурную, как семантическую и как прагматическую (коммуникативную). При текстовой категоризации необходимо рассматривать текст, во-первых, как продукт, порожденный языковой личностью и адресованный языковой личности, во-вторых, как явление общечеловеческой и национальной культуры, в-третьих, как посредник в обеспечении успеха социального взаимодействия людей с помощью языковых средств» [14, 195]. Разграничивая понятия категории, структуры и парадигматики текста, КТ рассматривается как сверхпарадигмальное свойство текста, обуславливающее возможность интерпретации адресатом. Парадигматические свойства текста трактуются как наличие в совокупностях текстов общих формальных и содержательных компонентов, дающих основания для их объединения в группы [13, 81]. Сверхпарадигмальность КТ проявляется в том, что «категории наличествуют во всех группах жанровой, функционально-стилевой и индивидуально-авторской парадигматики» [14, 195]. В качестве обязательных КТ выделяются целостность, членимость, связность, информативность, континуум, хронотоп, антропоцентричность, концептуальность, модальность, интерактивность, интертекстуальность [14, 196].

Зарубежные лингвисты рассматривают связность, сцепление, модальность, информативность как понятия категориального уровня, не употребляя, однако, термина «категория текста». Роберт де Богранд и Вольфганг Дресслер называют семь признаков (*standards of textuality*), конституирующих текст как коммуникативную единицу [15, 3], выделяя при этом информативность [15, 139-161].

Каждая КТ характеризуется совокупностью обязательных признаков, однако набор признаков и их удельный вес в конкретном типе текста варьируется [16, 206].

Обзор научной литературы показывает, что наряду со специфичными существует ряд КТ, носящих характер универсалий и обнаруживающихся в тексте независимо от его жанра или языка [3, 81]. В то же время в большинстве перечисленных источников общей является мысль о том, что «текст следует рассматривать как совокупность соотносенных определенным образом категорий» [17, 30], а каждую отдельно взятую категорию – «в качестве одного из взаимосвязанных существенных признаков его коммуникативно целесообразной системы» [18, 431]. Учитывая задачи данной статьи, остановимся более подробно на имеющихся в научной литературе примерах взаимосвязанного изучения КТ и в первую очередь укажем на тенденцию к изучению таких категорий как интегративность и членимость в тесной связи с категорией информативности.

Исследование КИ в плане осуществления воздействия на адресата невозможно без привлечения категории интегративности. По своей природе категория интегративности рассматривается как явление психологического порядка, так как она реализуется в процессе осмысления текста адресатом. «Интеграция понимается как подчинение частей текста основной теме, в результате чего текст воспринимается как единое целое» [17, 31].

Интегративность, одна из основных КТ, имеет две стороны – семантическую и формально-структурную, что отражается в двух взаимосвязанных аспектах: цельности и связности. Связность и цельность текста различны по своей природе: связность лингвистична, цельность – психологична. «Если связность как внутритекстовая категория реализуется в формальной организации элементов в структуре текста, то цельность заключается в динамическом и не всегда полностью

осознаваемом отнесении данного текста к одному объекту, простому или сложному» [19, 27]. Однако, противопоставляя цельность и связность, «нельзя не видеть, что они и предполагают друг друга, составляя известное единство» [20, 18].

«Одним из способов наиболее полной передачи цельности текста является его компрессия» [20, 73], которая подразумевает не механическое уменьшение объема текста, то есть не просто количественные изменения, а «процесс, при котором все второстепенное убирается, передается лишь основное содержание» [20, 73]. В англоязычном газетном сообщении о погоде (ГСП), основной характеристикой которого является краткость, компрессия проводится с разной степенью сжатия и разными способами, что способствует цельности восприятия информационного сообщения.

Рассматривая связность как основу структурно-композиционной оформленности текста в единое целостное образование, исследователи так или иначе касаются КИ, т.к. для восприятия текста как целостного образования «обязательно наличие в тексте некоторого информационного континуума» [21, 8].

Связность понимают двояко: как формальную (когезия), имеющую формально выраженное соединение при помощи языковых средств, и как содержательную (когерентность). Именно в рамках последней осуществляется развитие темы, выступающей основным средством создания текста. Под термином «связность» имеют в виду оба аспекта, так как содержательная связность предполагает обязательное наличие более или менее развернутой формальной связности [13, 71]. Средства выражения связности неоднократно становились объектом лингвистического анализа и рассматривались во многих работах [9; 10; 13 и др.]. Связность рассматривается как многоаспектное явление, которое реализуется в смысловом, формальном и коммуникативном соединении элементов, а также как формально-структурное средство выражения интегративности текста [22, 55-56].

Вслед за А.Н. Мороховским одним из основных средств обеспечения связности текста мы считаем саму структуру текста, его композицию [23, 215]. Действие этого фактора основывается на том, что ГСП, принадлежащее к группе кратких газетных информационных сообщений, «обладает некоторыми общими чертами своей внутренней организации, которые типизируются и становятся общественно-осознанной нормой» [23, 215]. Схема построения ГСП создана по определенной модели, предполагающей четкую и регламентированную последовательность информационных блоков и имеющей характер клише. Наше предположение основывается на том, что структура ГСП задается автором заранее и служит ориентиром для читателя. При порождении ГСП «информативность как семантическая категория коррелирует со структурной категорией сцепления отдельных частей текста в единое коммуникативное целое» [24, 74]. Совершенно определенный, клишированный тип построения, т.е. замкнутая структура отражает цельнооформленность ГСП, как заранее подготовленных (редактированных) текстов [20, 104].

Большинство исследователей считает разноуровневый повтор обязательным, необходимым выразителем категории связности, независимо от функциональной принадлежности текста [23, 212; 14, 196 и др.].

Категория интеграции тесно связана с категорией дискретности, которая является ее обратной стороной и необходимым условием. «Цельность текста опирается одновременно на два логически исключаящих друг друга основания – непрерывность и дискретность» [20, 14], а само понятие интегративности обозначает «объединение в единое целое каких-либо отдельных частей» [23, 217]. Следовательно, характеристика информационного газетного сообщения с точки зрения его интегративности предполагает рассмотрение текста «не как целого, данного изначально в готовом, нерасчлененном виде, а как целого, само существование которого обусловлено наличием составляющих его частей» [23, 217]. Т.М. Дридзе считает, что текст – «это органическая функциональная целостность,

которую можно «анатомировать», но при этом нельзя забывать, что выделенные в процессе «анатомирования» компоненты функционировали в этой целостности, вступая в многочисленные связи и отношения, сообщавшие им те свойства, которые сами по себе, в отдельности, они не обладали» [25, 71].

При рассмотрении категории дискретности прежде всего возникает вопрос о членности текста и возможных способах его членения. Вслед за Л.В. Рыбаковой мы считаем, что категория интеграции ориентирована на фактор адресата и, соответственно, связана с процессом восприятия текста, а категория членения – на автора и процесс продуцирования текста. При этом интеграция и членение составляют диалектическое единство, основанием для которого служит необходимость учета автором психологии восприятия при продуцировании текста [17, 31].

В аспекте объемно-прагматического членения дифференцирующими признаками традиционно является деление текста на абзацы и на части. Типичная для ГПС конвергенция на разных уровнях нередко затрудняет однозначное выявление типологических свойств газетных текстов. В отличие от других газетных текстов объемно-прагматическое членение ГСП следует рассматривать в раскладе всей страницы, что обусловлено разнообразием форм информации, а также такими метатекстовыми формально-графическими соображениями, как традиционность и стереотипность графической и полиграфической конфигурации. Эти особенности и связанные с ними модификации накладываются на собственно текстовое членение.

Основными текстовыми функциями членения являются: 1) логическая функция организации сообщения по одноименному принципу сообразно его семантической и композиционной структуре; 2) эмфатическая функция организации сообщения по одноименному принципу (выдвижение определенных отрезков текста в нарушение его семантического и композиционного единства) [26, 23]. С психологической точки зрения текст представляет собой систему сознательно и преднамеренно организованных раздражителей, имеющих целью вызвать определенную реакцию адресата. Анализируя структуру раздражителей, психологи воссоздают структуру реакции. Для лингвиста учет закономерностей восприятия, психологического портрета реципиента, абстрагированных в категории интеграции, способствует наиболее полному воссозданию системы раздражителей, т.е. закономерностей организации текстовых единиц.

Известно, что в восприятии текста «дискретность фрагментов играет весьма важную роль, так как информация не может восприниматься единым потоком в силу психофизиологических особенностей человека» [21, 10]. Особенности объемно-прагматического членения газетных сообщений, их структурно-композиционные особенности, характер информационной насыщенности линейных отрезков являются проявлениями авторского намерения оптимально организовать текстовый материал с тем, чтобы добиться максимального эффекта информирования.

Подводя итог представленному обзору научной литературы по изучению КТ, выделим наиболее существенные моменты в соответствии с целью данной статьи:

1 Принимая во внимание общенаучный характер понятия «информация» и общефилософскую значимость термина «категория», мы придерживаемся мнения о том, что КТ должны изучаться не в рамках отдельно взятого лингвистического направления, а на их пересечении (например, лингвистики текста и прагматики) с использованием достижений смежных наук (теории информации, психологии и др.). Данное положение в полной мере применимо к КИ.

2 Исходя из того, что текст «никогда не моделируется одной текстовой категорией, но всегда их совокупностью» [2, 13], мы считаем, что КИ должна рассматриваться в неразрывной связи с другими категориями текста.

Дополним положения общего характера обзором исследований собственно по проблеме категории информативности.

Категория информативности анализируется многими отечественными и зарубежными лингвистами [5; 8; 13; 17; 25; 26 и др.].

Описание КИ в тексте требует четкого определения понятий «информативность» и «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» [27, 40]. В теории коммуникации информация – это получение новых сведений о предметах, явлениях, отношениях, событиях объективной действительности [8, 2], что предполагает наличие неравнозначных тезаурусов коммуникантов как обязательного условия осуществления информирования.

Информативность – понятие более узкое, чем информация. Говоря об информативности как свойстве текста, мы подчеркиваем коммуникативный аспект информационного процесса. Интерпретация текста может считаться адекватной лишь в случае «отвечающего замыслу коммуникатора истолкования его основного коммуникативного намерения реципиентом» [25, 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 наполняемость, а как лабильная величина, способность адекватного донесения определенной меры информации до реципиента по каналу связи [28, 39]. В терминах кибернетики информативность понимается как «мера, в которой представляемый факт нарушает устойчивость текстовой системы» [29, 33], акцентируя тем самым внимание на степени необычности и новизны излагаемых фактов.

А. А. Сошальский рассматривает свойства текстовой информации как «проекцию свойств общенаучной категории информации на плоскость текста» [30, 27]. Учитывая, что задачей нашего исследования не является перечисление всех свойств текстовой информации, остановимся лишь на основных.

Ценность – одно из наиболее существенных свойств информации, ее основной, дистинктивный признак. Если информация не оценивается реципиентом как аксиологически значимая, т.е. не обладает ценностью для определенного адресата, сообщение не является информативным. Понятие «ценность» трактуется нами 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» [17, 48]. Л.В. Рыбакова рассматривает новизну информации как содержательную характеристику КИ, существенную только в контексте [17; 48].

С понятием ценности текстовой информации коррелирует понятие полезности. Вслед за А.А. Сошальским под полезностью мы понимаем возможность в широком смысле использования реципиентом информации, содержащейся в тексте [30, 28]. При этом необходимо учитывать темпоральные характеристики ценности [31, 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 [31, 104-117] играет существенную роль в определении текста как аксиологически значимого для реципиента.

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) [32, 57]. Фасцинирующая функция способствует признанию текста информативно ценным, поддерживая интерес у реципиента за счет разнообразия формы/содержания сообщения, его пикториальности, четкости композиционного построения и т.д. Одной из задач автора является попытка заинтриговать читателя, дать импульс, который побудил бы его прочитать все сообщение или всю газетную рубрику.

Истинность или подлинность знаний, получаемых реципиентом по такому каналу связи как газетное сообщение, заключается в стремлении к адекватному отображению действительности. В процессе восприятия информации в сознании реципиента происходит корректировка собственных знаний о действительности, соотнесение своих знаний с текстовыми данными и, таким образом, происходит приближение к объективной истине [30, 31]. При этом могут обнаруживаться как новые, малоизвестные или неизвестные читателю явления, так и расширяться когнитивные параметры.

В вопросах определения места КИ в системе текстовых категорий и выявления ее структуры мы опираемся на следующие положения, изложенные в работах выдающихся отечественных лингвистов:

1 КИ рассматривается лингвистами как содержательный параметр текста – продукта речевой деятельности человека. К разряду содержательных относятся категории, характеризующие процесс отражения в тексте объективной действительности и осуществляющие «связь между текстом и объективной действительностью, отраженной и преломленной в тексте» [3, 81]. КИ является обязательной, универсальной категорией текста [25, 136; 14, 196], имеющей план содержания и план выражения [3, 83]. КИ имеет конкретные текстовые проявления, отраженные в информационном содержании текста. Соответственно, исследование КИ требует осмысления ее текстовых проявлений в единстве формы и содержания.

2 Изучение КИ, как и любой текстовой категории, «тесно связано с контекстной семантикой и должно также учитывать существование некоего глобального контекста, сопровождающего языковую коммуникацию» [3, 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.» [3, 84].

3 В иерархии КТ «образ автора является ведущей категорией. Она определяет отбор и аранжировку языковых средств» [3, 109]. В содержании высказывания всегда присутствуют разнообразные сведения об авторе, представленные как эксплицитно, так и имплицитно, на основе чего у реципиента возникает образ адресанта, формирующего стратегию и тактику коммуникации [27, 36].

4 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. Описание любого текста не может быть полным без построения «портрета» его предполагаемого адресата [4, 11].

5 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» [3, 85].

6 Вопросы классификации информации, которая характеризуется «качественной неоднородностью», 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» [5, 29], причем информационное содержание сообщений является «одним из важнейших критериев анализа прагматики речи» [27, 40].

Таким образом, исследование газетных сообщений носит междисциплинарный характер, вовлекая достижения психолингвистики, лингвистики текста, прагматики, теории коммуникации. Учитывая общенаучный характер понятия «информация» и общепсихологическую значимость термина «категория», категория информативности должна изучаться на пересечении лингвистических направлений с использованием достижений смежных наук в неразрывной связи с другими категориями текста. В условиях газетного сообщения информация – это получение новых сведений о погоде, причём необходимым условием осуществления информирования является неравнозначность тезаурусов коммуникантов. Основные свойства информации газетного сообщения – ценность, полезность, новизна, истинность. Информативность в газетном сообщении – это не абсолютное количество информации или общая информационная насыщенность текста, а лабильная величина, способность донесения определённой меры информации до реципиента по каналу связи. Категория информативности является базовой содержательной категорией газетных сообщений, имеет многокомпонентную структуру, реализующуюся в плане выражения и плане содержания.

SUMMARY

The present article deals with the investigation of informativeness as the basic text category in the English newspaper reports. The author focuses on identifying the place occupied by the category of informativeness in the system of text categories and reveals the main characteristics and functions of text information.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кондаков Н.И. Логический словарь-справочник. – М.: Наука, 1975.
2. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. – Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1990.
3. Тураева З.Я. Лингвистика текста: (Текст: структура и семантика). – М.: Просвещение, 1986.
4. Воробьева О.П. Текстовые категории и фактор адресата. – К.: Вища школа, 1993.
5. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981.
6. Тураева З.Я. Время грамматическое и время художественное (на материале английского языка): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04 /ЛГПИ им. А.И.Герцена. – Л., 1974.
7. Сивохина Н.Г. Морфолого-семантические средства выражения категорий времени и пространства и их стилистическая значимость в тексте: (На материале английской и американской художественной литературы XX века): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04/МГПИИЯ им. М.Тореза. – М., 1982.
8. Гальперин И.Р. Грамматические категории текста (опыт обобщения) // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1977. – Т.36, № 6. – С. 522-532.
9. Кардович И.К. Связность в научно-техническом тексте: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 1990.
10. Кручинина Л.И. Основные средства когезии английского научного текста: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04/ МГПИИЯ им. М.Тореза. – М., 1982.
11. Рекало В.В. Зв'язність і членування тексту (на матеріалі англійської мови): Автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.04/ Харків. держ. ун-т. – Харків, 1996.
12. Демина Е.Б. Способы выражения модальности в газетно-публицистических текстах современного английского языка: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04/ Одесский гос. ун-т им. И.И.Мечникова. – Одесса, 1984.
13. Кухаренко В.А. Интерпретация текста. – М.: Просвещение, 1988.
14. Селиванова Е.А. Когнитивная ономазиология (монография). – К.: Фитосоцицентр, 2000.
15. Beaugrand R., Dressler W. Introduction to Text Linguistics. – London: Longman, 1994.
16. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка. – К.: Вища школа, 1984.
17. Рыбакова Л.В. Категория информативности в прагмалингвистическом аспекте: (На материале англоязычных информационно-рекламных текстов): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – Воронеж, 1998.
18. Сидоров Е.В. Коммуникативный принцип исследования текста// Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1986. – Т.45, №5. – С.425-432.
19. Леонтьев А.А. Понятие текста в современной лингвистике и психолингвистике// Психолингвистическая и лингвистическая природа текста и особенности его восприятия. – К.: Вища школа, 1979.
20. Мурзин Л.Н., Штерн А.С. Текст и его восприятие. – Свердловск: Изд-во Уральск. ун-та, 1991.
21. Стриженко А.А., Кручинина Л.И. Об особенностях организации текстов, относящихся к разным функциональным стилям. – Иркутск: Изд-во Иркутского ун-та, 1985.

22. Подолкова С.В. Средства реализации коммуникативности в научно-технических текстах (на материале текстов технической рекламы и аннотаций научно-экспериментальных статей): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – Сумы, 2001.
23. Мороховский А.Н., Воробьева О.П., Лихошерст Н.И., Тимошенко З.В. Стилистика английского языка. – К.: Вища школа, 1991.
24. Петров М.П. Признаки связности технического информативного текста// Вопросы анализа специального текста: Межвуз. тематический науч. сборник. – Уфа: Башкирский гос. ун-т. – 1982.
25. Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации. Проблемы семиосоциопсихологии. – М.: Наука, 1984.
26. Локшина Т.Б. Соотношение стиливых, коммуникативных и информативных аспектов текста: (На материале английских газетных текстов спортивной тематики): Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 1983.
27. Шевченко И.С. Историческая динамика прагматики предложения: английское вопросительное предложение 16-20 вв. – Харьков: Константа, 1998.
28. Козловская А.Б. Прагматический аспект категории информативности англоязычных синоптических текстов газетно-публицистического стиля: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – Сумы, 2002.
29. Анисимова Т.А. Лингвистические характеристики публицистического текста: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 1998.
30. Сошальский А.А. Взаимодействие экстра- и интралингвистических факторов в процессе реализации информации текста: Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. – М., 1990.
31. Parker D. The Philosophy of Value. – N.Y.: Ann Arbor, 1977.
32. Паповянец Э.Г. Роль коммуникативных факторов в синтаксической организации текста в позиции зачина (на материале англо-американской прессы) // Актуальні питання лінгвістики та методики викладання іноземних мов. – Харків: Основа. – 1997.

ПРЕДЗАВЕРШАЛЬНИЙ ЕТАП РОЗМИКАННЯ КОМУНІКАТИВНОГО КОНТАКТУ (на матеріалі сучасної англійської мови)

Ю.В. Косенко

В статті аналізуються предзавершальні контактнорозмикаючі метакомунікативні блоки, їх категоризація в англійськом художньому діалогічному дискурсі прощання. Вивчається лінгво-когнітивний характер предзавершальних мовленнєвих засобів, за допомогою яких відбувається підготовка, інколи і сам процес завершення діалогічної взаємодії, їх факультативність або обов'язкова присутність залежно від ситуації спілкування, соціального статусу комунікантів.

Capricorn

*Could we see when and where we would meet again,
we would be more tender when we bid our friends goodbye. - Ouida*

В теорії вербальної комунікації, виходячи з соціо-, психо- та прагмалінгвістичних особливостей мовленнєвого спілкування, виокремлюються метазнаки комунікація – план прийому та передачі інформації та метакомунікація – план забезпечення ефективності актів мовленнєвого спілкування в аспекті комунікативної контактності учасників інтеракції. Комунікація – найважливіша складова людського буття – представляє собою мовленнєве спілкування, використання мови для спілкування та обміну інформацією, яке забезпечує нормальне життя соціуму та задовольняє психологічну потребу людини у контакті з іншими людьми. Невід'ємною частиною комунікації є метакомунікація, важливість якої є безсуперечною, оскільки метамовленнєві засоби виконують важливі функції, без яких процес спілкування навряд чи міг би відбуватися. Вчені відзначають той факт, що без метакомунікації сама комунікація немислима. Одиницями метакомунікації (метакомунікативними одиницями) визнаються мовленнєві засоби, які слугують для встановлення, підтримання та розмикання комунікативного контакту.