

УДК 82.0

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/55/52>

## ИНФОРМАТИВНОСТЬ ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

©*Ашурова Д. У.*, ORCID: 0000-0002-1415-9667, д-р филол. наук, Узбекский государственный университет мировых языков, г. Ташкент, Узбекистан, [d.ashurova@uzswlu.uz](mailto:d.ashurova@uzswlu.uz)

### INFORMATIVITY OF FICTIONAL TEXT

©*Ashurova D.*, ORCID: 0000-0002-1415-9667, Dr. habil., Uzbekistan State University of World Languages, Tashkent, Uzbekistan, [d.ashurova@uzswlu.uz](mailto:d.ashurova@uzswlu.uz)

*Аннотация.* В статье рассматриваются проблемы категории информативности художественного текста, типов информации, а также когнитивные принципы репрезентации информации в тексте. Анализируются когнитивные принципы иконичности, релевантности, экономии языковых средств, избыточности и их репрезентация в художественном тексте. Художественный текст характеризуется двумя противоположными тенденциями. С одной стороны, стремлением к лингвистической экономии, с другой — к избыточности языковых средств, что в равной степени значимо для текстовой категории информативности.

*Abstract.* The article deals with the problems of the category of informativity of fictional texts, types of information, and the cognitive principles of distributing information in the text. The cognitive principles of iconicity, relevance, linguistic economy and redundancy, their verbalization in the fictional text are being discussed. The fictional text is characterized by two opposite tendencies. On the one hand, it tends to linguistic economy, on the other — to linguistic redundancy; both tendencies being equally important for the category of informativity.

*Ключевые слова:* художественный текст, информация, когнитивные принципы, языковая экономия, языковая избыточность.

*Keywords:* fictional text, information, cognitive principles, linguistic economy, linguistic redundancy.

Информативность текста, в частности, художественного текста, – одна из важнейших и обязательных текстовых категорий. В когнитивной лингвистике информация трактуется как «знание, репрезентируемое и передаваемое языковыми формами в коммуникации» [1].

Большой интерес представляет разграничение типов информации. Н. С. Болотнова отмечает, что информативность художественного текста определяется денотативно-тематическими показателями, указывающими на представленные в тексте объекты и события реальной действительности [2].

И. Р. Гальперин разграничивает три типа информации: содержательно-фактуальную, содержательно-подтекстовую и содержательно-концептуальную [3].

Ван Дейк подразделяет информацию на когнитивную и контекстуальную. Когнитивная информация включает концепты, знания, коллективный и/или индивидуальный опыт, мнения и оценки. Контекстуальная информация отражает данные о конкретной ситуации общения [4].

В плане когнитивной теории текста большую значимость имеет разграничение старой (given, known) и новой (unknown) типов информации [5].



Взаимодействие старой и новой информации, введение неизвестной информации на основе уже известной составляет основу построения и восприятия любого текста. В художественном тексте новая информация обусловлена не только развитием сюжетной линии повествования, но и обновлением (*renewal*) старых (стертых) образов. Например:

For women are as roses,  
Whose fair flower  
Being one displayed,  
Doth fell that very hour (Twelfth Night, Shakespeare)

Стертый образ “women — roses”, который традиционно символизирует красоту женщины, в этом примере полностью переосмысливается, и получая противоположный отрицательный смысл, передает новую информацию: красота женщины мимолетна.

Приведенный пример демонстрирует еще один тип информации — стилистической, которая для художественного текста является основополагающей [6]. Стилистическая информация заложена в таких категориях художественного текста как образность, эмотивность, оценочность, экспрессивность, имплицитность, ассоциативность. Реализация этих категорий осуществляется в основном на основе выразительных средств и стилистических приемов. Этим, однако, далеко не исчерпывается арсенал лингвистических выражений, выполняющих стилистическую функцию. Немаловажную роль в передаче стилистической информации выполняют такие единицы художественного текста как художественная деталь, художественный портрет и пейзажные описания. Дело в том, что в художественном тексте портретные и пейзажные описания выполняют весьма значимую роль, так как направлены на эмоционально-оценочную характеристику персонажа, раскрытие его внутреннего психологического состояния. Так, в примере “Soames with his square chin was not unlike a bulldog” (J. Galsworthy) содержится не только описание довольно неприятной внешности персонажа, но и имплицитно заложенная стилистическая информация о характере Сомса как типичного представителя английского буржуазного общества. Интересно отметить, что соматизм “chin” нейтральный в своем денотативном значении (подбородок), ассоциативно связан с теми или иными чертами человеческого характера, что может быть подтверждено фразеологическими единицами “keep your chin up”, “take things on the chin”, в которых утрачены денотативные значения и закреплены стилистические переносные значения. В приведенном примере квадратный подбородок, характерный признак всего семейства Форсайтов, символизирует твердый характер, жизненную цепкость, стремление «не упустить свое». Вместе с тем нельзя не отметить насмешливо-ироническое отношение автора к персонажу, что достигается использованием литоты (*not unlike*), а также ироническим сравнением внешности и характера Сомса с бульдогом. Таким образом, художественный портрет представляет собой двухуровневую структуру, состоящую из внешнего (вербального) и внутреннего имплицитного уровней.

Не менее значимой с позиций коммуникативно-прагматического подхода к художественному тексту является прагматическая информация, которая, тесно взаимодействуя со стилистической информацией, направлена на характеристику языковой личности автора и персонажа с точки зрения их социальных, возрастных, гендерных, а также межличностных ролевых отношений. Это положение можно проиллюстрировать на примере из романа Дж. Голсуорси “The Man of Property” (р. 130-132). Этот фрагмент текста представляет собой полилог между четырьмя людьми: Сомс (хозяин дома), Ирэн (жена Сомса), Джун (племянница Сомса), Филипп Босини (жених Джун). Разговор за обеденным столом является образцом обыденной светской беседы (*small talk*) о погоде, времени года, цветах и еде. Тем не менее скрупулезный лингвистический анализ данного полилога

позволяет выявить личностные характеристика каждого из персонажей, их межличностные отношения, а также их внутреннее психологическое состояние. Ирэн и Босини испытывают одинаковые возвышенные чувства восхищения весной, ароматом цветов, закатом солнца, пением птиц и с полуслова понимают друг от друга. Об этом свидетельствует использованная в их речи эмотивная лексика положительной направленности (*wonderful, extraordinary scent, glorious sunset, so beautiful, a lovely night*), а также восклицания и восклицательные предложения (*He is such a darling!; Wonderful!; The scent's extraordinary!; The sky's all ruby — so beautiful!*). Все это имплицитно указывает на духовную близость этих двух людей, и возможно, на чувство зарождающейся между ними любви, что подтверждается дальнейшим содержанием романа. Речь Джун (невесты Босини) отличается прямо противоположными характеристиками; ее раздражает все, что вызывает восхищение Ирэн и Босини. Об этом свидетельствует отрицательная по своей направленности лексика (*horrid stuff, scornfully, a London sunset!*), а также использование кратких, обрывочных, преимущественно отрицательных предложений (*I never do, no, let it stay, No, my cloak, please*). Все это является имплицитным указанием на подавленное настроение Джун, вызванное чувством ревности. Что касается Сомса, то его речь имеет сугубо практическую направленность на подаваемые блюда (*champagne, cutlets, salad, asparagus, sherry, charlotte, etc.*). Это характеризует Сомса как прагматичного, лишённого эмоций и духовности человека. Таким образом, стилистическая и прагматическая информации являются, как показал анализ, важнейшими составляющими информативности художественного текста.

Большое значение для теории текста имеет характер организации информации в тексте, который в когнитивной лингвистике обозначен как когнитивные принципы распределения информации в тексте [6–8]. Можно отметить несколько когнитивных принципов: принцип иконичности, который требует соответствия между представлением о мире и репрезентацией этого представления в языке; в соответствии с которым необходимо сохранять определенное равновесие между данной тематической информацией как отправной точкой и новым релативным материалом, который должен интегрироваться в уже известную тему; принцип релевантности, благодаря которому устанавливаются, что в каждом конкретном случае является существенным (релевантным); принцип экономии языковых средств и прямо противоположный ему принцип избыточности.

Проследим лингвистический механизм экономии языковых средств и избыточности на материале художественного текста. Принцип лингвистической экономии является одним из основных законов развития языка. В художественном тексте наряду с традиционными лексическими (производные, сложные слова, сокращенные формы), синтаксическими (эллипсис, незаконченные, одночленные предложения) широко используются стилистические средства. К ним можно отнести аллюзию, антономазию, символ, метафору, сравнение и др.

Аллюзия, как известно, рассматривается как ссылка на известный исторический, мифологический, литературный факт и является по сути своей свернутым текстом. Использование в художественном тексте аллюзии значительно повышает объем информации, за счет увеличения семантической емкости аллюзивных единиц. Механизм аллюзии заключается в том, что она извлекает из памяти адресата информацию, которая проектируется на новый объект. Это явление получило название концептуальной интеграции [9], суть которого заключается в активизации в памяти человека определенного фрейма, ассоциируемого с известным историческим, литературным, мифологическим, религиозным фактом, и наложением его на другой фрейм в контексте нового произведения. Этот процесс, характеризуемый сменой фреймов, можно назвать рефреймингом, результатом

которого являются семантические сдвиги, проявляемые в приращениях новых концептуальных смыслов.

Особую концептуальную значимость имеет аллюзия, включенная в заголовок произведения, что обусловлено тем, что заголовок представляет собой концептуально-смысловой фокус всего текста. В рассказе О. Генри “The Gift of the Magi” использована аллюзия, восходящая к библейской легенде о мудрецах, принесших дары новорожденному Иисусу Христу. В самом рассказе речь идет о бедствующей молодой паре, которые в канун Рождества жертвуют самыми драгоценными для себя вещами чтобы преподнести друг другу подарки. Концептуальная информация рассказа заключается в авторской оценке концепта Любовь, которая по аналогии с библейскими мудрецами трактуется как величайшая мудрость и готовность к самопожертвованию.

Аналогичное явление наблюдается и в случае использования антономазии. В стилистическом аспекте антономазия выступает в качестве образного средства, направленного на эмоционально-оценочную характеристику объекта. С точки зрения когнитивных процессов антономазия выступает в качестве сигнала, способствующего активизации определенных структур знаний и реализующего принцип лингвистической экономии. В следующем примере: Combined with his habitual expression of cynicism it gives his countenance a Mephistophelian cast (Three American Plays, 1972) использована антономазия. Образ Мефистофеля, в котором воплощены злорадство и презрение к людям, служат раскрытию черт характера персонажа. Принцип лингвистической экономии проявляется здесь в том, что антономазия, выраженная одним словом, характеризуется гештальтными свойствами и передает большой объем информации, заложенной в произведении Гете «Фауст».

Наряду с принципом лингвистической экономии в художественном тексте наблюдается также и противоположная тенденция — стремление к избыточности. Избыточность создается различного рода повторами (рекурренции), на всех уровнях языка и основанными на них стилистическими приемами (анафорой, эпифорой, стилистическим повтором, градацией, параллельными структурами и др.). С точки зрения фактуальной информации, повторяющиеся элементы текста являются избыточными и нарушают коммуникативный постулат Грайса «Будь краток». Однако с точки зрения теории художественного текста рекуррентность ни в коей мере не может считаться излишеством, ненужным элементом текста. Напротив, создаваемая повтором, избыточность художественного текста является его неотъемлемым свойством, сигналом дополнительной информации.

Следует отметить, что повтор в художественном тексте выполняет целый ряд функций. Благодаря своим структурным, семантическим и композиционным особенностям, повтор выполняет приоритетную роль в создании связанности и целостности текста. Другими словами, повтор выполняет текстообразующую функцию. Немаловажная роль принадлежит повтору в создании эффекта выдвигания. Понятие выдвигания, введенное представителями пражского лингвистического кружка (Б. Гавранек, Я. Мукаржовский) и русской формальной школы (Р. Якобсон, Б. Ларин) [10–12], прочно вошло в арсенал терминов когнитивной лингвистики как один из когнитивных принципов построения текста [1, 7–8].

Привлекая внимание к определенным частям текста, выдвигание, построенное на повторе, способствует выявлению наиболее значимой концептуальной информации. Необходимо также отметить, что повтор служит основой создания многих стилистических приемов: символа, антитезы, аллитерации, хиазма, градации, полисиндетона и др. И наконец, повтор является важным средством эмоционального воздействия. В художественном тексте

повтор служит сигналом дополнительной, эмоциональной информации. Интересно в этой связи привести фрагмент известного стихотворения Р. Фроста:

The woods are lovely, dark and deep  
But I have promises to keep  
And miles to go before I sleep  
And miles to go before I sleep (Stopping by Woods on a Snowy Evening, Frost)

Это пример полного повтора, две последние строки абсолютно идентичны. Казалось бы, что повторение одной и той же строки не сообщает новой информации. Это так, но только в плане фактуальной информации. С точки зрения эмоционального содержания, значимость повтора в контексте этого произведения трудно переоценить. Если первая строка в образно-поэтической форме содержит информацию о заботах и обязанностях остановившегося в лесу путника, то во второй строке передается его эмоциональное состояние: сожаление, печаль, грусть человека, очарованного красотой леса, но вынужденного вернуться к реальной жизни и продолжить свой путь. Таким образом, языковая избыточность, нарушая принцип языковой экономии, является вполне коммуникативно и концептуально оправданной в данном тексте.

На основании вышеизложенного, можно сделать следующие выводы:

–одной из важнейших проблем когнитивной лингвистики является изучение когнитивных принципов построения текста, т. е. принципов распределения информации в тексте;

–к числу когнитивных принципов построения художественного текста относятся: принцип иконичности, принцип релевантности, принцип распределения старой и новой информации, принцип выдвижения, принцип экономии языковых средств, принцип избыточности;

–к стилистическим единицам экономии языковых средств относятся: аллюзия, антономазия, метафора, символ, сравнение, выполняющие функцию концептуальной интеграции;

–когнитивный принцип избыточности, являясь неотъемлемым свойством художественного текста, строится на явлении рекуррентности, который выполняет функции: а) текстообразования; б) выдвижения значимой информации; в) конструирования стилистических приемов; г) передачи эмоционально и концептуально значимой информации.

#### *Источники:*

- Shakespeare W. Twelfth Night: Or, What You Will. Classic Books Company, 2001. Vol. 13.  
Голсуорси Д. Сага о Форсайтах. М.: Гриф-фонд, 1993. Т.  
Frost R., Jeffers S. Stopping by woods on a snowy evening. New York: Dutton, 1978.

#### *Список литературы:*

1. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996. 245 с.
2. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста. М.: Флинта: Наука, 2009. 520 с.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 140 с.
4. ван Дейк Т. А.. Стратегия понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. М., 1988.
5. Prince E. F. Towards a taxonomy of given-new information // Radical pragmatics. 1981.
6. Ashurova D. U., Galieva M. R. Text Linguistics. Tashkent, 2016.

7. Джусупов Н. М. Когнитивная стилистика: теория и практика стратегии выдвижения в художественном тексте. Ташкент, 2019. 464 с.
8. Ashurova D. U., Galieva M. R. Cognitive Linguistics. Tashkent, 2018.
9. Молчанова Г. Г. Английский как неродной: текст, стиль, культура, коммуникация. М., 2007. 384 с.
10. Гавранек Б. Задачи литературного языка и его культура // Пражский лингвистический кружок. М.: Прогресс, 1967. С. 338-377.
11. Jakobson R. Linguistics and communication theory // Proceedings of symposia in applied mathematics. 1961. V. 12. P. 245-52.
12. Mukarovsky J. Standard language and poetic language' in P. Garvin (trans.): A Prague School Reader on Esthetics, Literary Structure, and Style. 1964.

*References:*

1. Kubryakova, E. S., Demyankov, V. Z., Pankrats, Yu. G., & Luzina, L. G. (1996). Kratkii slovar' kognitivnykh terminov. Moscow. (in Russian).
2. Bolotnova, N. S. (2009). Filologicheskii analiz teksta. Moscow. (in Russian).
3. Galperin, I. R. (1981). Tekst kak ob"ekt lingvisticheskogo issledovaniya. Moscow. (in Russian).
4. van Deik, T. A. (1988). Strategiya ponimaniya svyaznogo teksta. In *Novoe v zarubezhnoi lingvistike*, (23). Moscow. (in Russian).
5. Prince, E. F. (1981). Towards a taxonomy of given-new information. *Radical pragmatics*.
6. Ashurova, D. U., & Galieva, M. R. (2016). Text Linguistics. Tashkent.
7. Dzhusupov, N. M. (2019). Kognitivnaya stilistika: teoriya i praktika strategii vydvizheniya v khudozhestvennom tekste. Tashkent.
8. Ashurova, D. U., & Galieva, M. R. (2018). Cognitive Linguistics. Tashkent.
9. Molchanova, G. G. (2007). Angliiskii kak nerodnoi: tekst, stil', kul'tura, kommunikatsiya. Moscow. (in Russian).
10. Gavranek, B. (1967). Zadachi literaturnogo yazyka i ego kul'tura. In *Prazhskii lingvisticheskii kruzhok*, Moscow, 338-377. (in Russian).
11. Jakobson, R. (1961). Linguistics and communication theory. In *Proceedings of symposia in applied mathematics*, (12), 245-252.
12. Mukarovsky, J. (1964). Standard language and poetic language in P. Garvin (trans.): A Prague School Reader on Esthetics, Literary Structure, and Style.

Работа поступила  
в редакцию 08.05.2020 г.

Принята к публикации  
11.05.2020 г.

*Ссылка для цитирования:*

Ашурова Д. У. Информативность художественного текста // Бюллетень науки и практики. 2020. Т. 6. №6. С. 386-391. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/55/52>

*Cite as (APA):*

Ashurova, D. (2020). Informativity of Fictional Text. *Bulletin of Science and Practice*, 6(6), 386-391. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/55/52>

