

## ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА

УДК 811.111:371.3(045)

І.А. Біжко, асист.

### КООПЕРАТИВНІ ПРИНЦИПИ-МАКСИМИ МОВНОГО АДРЕСАТА ТА ЇХ РЕАЛІЗАЦІЯ У ПРОЦЕСІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Дніпропетровська державна фінансова академія  
E-mail: aamm@nau.edu.ua

*Розглянуто прагматичну сторону навчання інформативного читання текстів професійного спрямування. Досліджено прагматичні властивості тексту. Виділено типи текстової інформації.*

**Ключові слова:** інформативне читання, інформаційна насиченість тексту, прагматика тексту, професійно спрямоване читання.

#### Постановки проблеми

Будь-яка програма навчання читання, а особливо інформативного містить прагматичний аспект, тому що будь-який фахівець у своїй професійній діяльності повинен мислити не лише в межах своєї спеціальності, але й цікавитися інформацією про соціальні, культурно-історичні особливості країни, мову, якої він вивчає. Це сприяє підвищенню соціально-прагматичної й соціально-культурної компетенції майбутнього фахівця у фінансовій сфері.

Прагматична сторона інформативного читання забезпечує вдосконалення мовної компетенції та розширення фонових знань, необхідних для комунікації.

Інформація такого роду веде до більш глибокого усвідомлення та акультуризації власної культури.

На думку Т. С. Серової майбутній фахівець, який постійно збагачує свої знання завдяки іншомовному інформативному читанню фоновими знаннями про відповідну країну, її мовні і соціокультурні особливості, засвоює важливі засоби формування «вторинної» соціалізації своєї особистості [1].

**Мета** статті – теоретичне обґрунтування навчання студентів прагматичної сторони інформативного читання англomовних текстів професійного спрямування на заняттях з іноземної мови в немовних вищих закладах освіти.

#### Основний виклад

О. Селіванова визначає прагматику як міжнаукову галузь знань, що вивчає чинники комунікативної взаємодії суб'єктів [2]:

- соціокультурні;
- ситуативно-поведінкові;
- статутні;
- психологічні;
- когнітивні;
- мовні.

Лінгвістична прагматика розглядає питання, пов'язані з автором і адресатом, та їхню взаємодію в процесі комунікації.

Автор тексту визначає:

- мету й завдання повідомлення;
- тип мовної поведінки;
- власне відношення й оцінку;
- акценти в тексті повідомлення.

Читач інтерпретує текст, його непрямі й приховані змісти, відчуває певний вплив тексту:

- інтелектуальний;
- емоційний;
- естетичний.

Прагматичний зміст розкриває взаємодію автора й читача, встановлює рамки професійного інтересу, враховуючи типологію читача.

Є. А. Селіванова розглядає текст як матеріалізацію мовного вчинку в загальній ситуації, поряд із відповідними рецептивними діями адресата [3].

Н. С. Валгіна вважає, що при читанні тексту необхідно, насамперед, усвідомити такі поняття, як прагматична установка тексту й прагматична установка автора. Вона характеризує текст як цілісний мовний твір, який має свої закономірності утворення.

Будова тексту здійснюється під впливом цілеустановки самого тексту і його автора.

Перша установка диктується самим текстом, його характером, завданнями, які він прагне реалізувати.

Друга установка повністю пов'язана з авторською модальністю, тому що будь-яке повідомлення містить відношення автора до відповідної інформації. Таке відношення є важливим для встановлення прагматики тексту, оскільки воно пов'язане з інтерпретаційною стороною тексту.

Автор виконує дві функції: формує сам текст і орієнтує читача під час інтерпретації ним тексту [4].

На думку О. Л. Каменської прагматичні властивості тексту проявляються на рівнях:

- мовної категорій та категорії мислення, тобто читабельність;
- категорії мислення, тобто інформативності;
- категорії діяльності, тобто новизни й цінності.

Мовні категорії проявляються в такому:

- буквях;
- словниковому складі;
- складності речень;
- сукупності внутрішньо текстових спеціальних слів тексту, для розуміння або трактування яких необхідно використовувати словник або інші джерела інформації.

Категорії мислення проявляються в такому:

- структурі внутрішньотекстових зв'язків;
- кількості нової інформації, яка відповідає за базову систему фреймів;
- кількості повторів при підборі основних фреймів, тобто стійких узагальнених концептів, у яких закріплені минулі досвід студента, що призводить до формування нових фреймів для сприйняття тексту.

Категорія діяльності визначається:

- новизною;
- цінністю інформації.

Текст, в якому немає нової інформації, не може бути цінним, але не кожний текст, який містить новизну може бути цінним.

Новизна тексту визначається засвоюванням студентом нових фреймів тексту або перестроювання наявних систем фреймів.

Як категорія цінність тексту проявляється за умов, якщо студент у повсякденному здійсненні різних видів діяльності використовує отриману інформацію з тексту, а за відсутності цієї інформації виконання відповідного виду діяльності неможливо.

Цінність тексту визначається мірою інформації, вилученої з нього студентом [5].

Отже, в організації навчання інформативного читання необхідно врахувати прагматичну установку текстів для інформативного читання в професійних цілях, яка впливає з самого тексту, тобто його призначення або виду.

У навчальних текстах фінансової галузі ступінь прояву особистості є незначною, тобто текст є відносно стандартним.

Інформативне читання текстів професійної спрямованості диктує чітке дотримання композиційної послідовності в розкритті теми.

Прагматичний зміст інформативного читання іншомовних друкованих матеріалів для майбутніх фахівців у фінансовій сфері вирішує питання, пов'язані з обсягом тематики, визначенням загальної мети тексту, інформативністю, кількістю нової й корисної інформації.

На думку О. Є. Бабайлової головною метою будь-якого тексту є повідомлення інформації. Загальна кількість інформації, що міститься в тексті характеризує ступінь інформаційної насиченості [6].

Наявність у текстах нової корисної, тобто прагматичної інформації є показником інформативності тексту.

В. В. Кабачки дослідив, що характер передачі інформації залежить від [7]:

– програми-мінімуму, коли автор тексту обмежується простою інформацією;

– грамотної передачі інформації без стилістичних помилок, коли мова тексту одноманітна, але інформативна.

Прагматичну інформацію містять не тільки матеріали, що стосуються вузької професійної сфери діяльності майбутніх фахівців, а й ті, що стосуються загального напрямку у фінансах і економіці, діяльності закордонних фахівців тощо.

Взаємодія студента з текстом здійснюється за наявності таких умов:

- читабельності;
- інформативності;
- новизни;
- цінності;
- захопливості;
- переконливості.

Студент сприймає текст як об'єкт навколишнього світу. Текст може взаємодіяти з інтелектуальною, емоційною підструктурою і визначати особистість студента.

Текст сприймається поелементно та семантично. Взаємодія тексту зі студентом відбувається на перцептивному та інтелектуальному рівнях.

Перераховані умови визначають читабельність тексту – властивість, яка характеризує успішність взаємодії тексту зі студентом.

Читабельність розуміється як новизна та цінність інформації тексту, що впливає на емоційну сферу студента.

Читабельність залежить від такого:

- структури мислення, що закладена у свідомості студента та відповідає його змістовій інформації;
- мовних категорій;
- категорій мислення.

Читабельність тексту та його осмислення знаходяться в прямій залежності.

З точки зору А. Є. Бабайлової інформативність тексту визначається як ступінь його змістової новизни для читача, відображається в темі, авторській концепції та системі його оцінок предмета думки [6].

Міра інформативних ознак тексту може варіюватися. Інформативність знижується, якщо інформація повторюється і, навпаки, підвищується, якщо текст максимально насичений новою інформацією.

Н. Л. Іпполітова стверджує, що інформативність – це наявність в тексті інформації, яка дозволяє студенту ознайомитися з фреймами даного тексту.

Інформативність властива лише тексту. Існують три типи інформації [8]:

- змістовно-факультативна;
- змістовно-концептуальна;
- змістовно-підтекстна.

Перший тип інформації містить повідомлення про факти, події, процеси.

Другий інформації тип розкриває авторське розуміння відносин між цими явищами, фактами, подіями.

Третій інформації тип розкриває прихований зміст фактів, явищ, подій.

С. Л. Гезатулін додає, що текст складається з висловлювань і його змістовність визначається як співвідношення між висловлюваннями і відображеної в ньому ситуацією.

Повної відповідності між ними не існує, тобто поверхнева структура висловлювання (кількість мовних знаків) і глибина структури (кількість інформації) не збігаються. Це пояснюється асиметричністю мовного знаку, суть якого полягає в тому, що слів (одиниць плану вираження) зазвичай значно менше, ніж змістів (одиниць плану змісту).

Невідповідальність між змістом і словом може бути більшою або меншою та уможливорює семантичну економію, яка спостерігається, коли в поверхневій структурі висловлювання немає безпосередньої вказівки на будь-який елемент глибинної структури.

Однак семантична надмірність спостерігається, якщо в поверхневій структурі існує кілька елементів, що репрезентують один і той же елемент глибинної структури [9].

Отже, при семантичній економії певні елементи змісту можуть бути подані імпліцитно.

С. Л. Гезатулін вважає, що така характеристика висловлювання на рівні тексту створює умови для підвищення його інформаційної насиченості при мінімальних затратах мовних засобів.

Таким чином, виникає мовна економність – пропуск елемента в поверхневій структурі висловлення, незважаючи на його наявність у глибинній структурі [9].

На думку Н. С. Валгіної за семантичної надмірності ситуація може бути прямо протилежною, тобто знаків більше, ніж переданих змістів. В одних випадках, це – недолік тексту, в інших – реалізована автором необхідність, що диктується стилістичними завданнями.

Отже, надмірність у плані семантики виявляється необхідністю в плані стилістики.

Інформацію в тексті можна подати надмірним або економним способами.

Поняття надлишкової інформації зазвичай стосується науково-технічних, офіційно-ділових та навчальних текстів.

У науковому тексті надмірність застосовується в реферуванні, написанні анотації, тез.

До художніх текстів поняття надмірності застосувати неможливо, бо тоді вони втрачуть художність [4].

Поняття «економність», тобто згорнута інформація, можна застосувати до окремих висловлень або до фрагментів тексту.

Об'єднання двох-трьох повідомлень складного речення в одному простому реченні зі збереженням інформації властиво текстам різних жанрів. У такий спосіб логічно згорнута структура буде на рівні значення, а згорнута – на рівні означення, тому передача інформації може відбуватися імпліцитно й експліцитно.

Імпліцитна інформація характеризується зниженою комунікативною значимістю й непрямим кодуванням. Ця інформація передається адресату, але вона меншою мірою контролюється його свідомістю. Цю властивість імпліцитної інформації часто використовують для маніпулювання свідомістю.

А. А. Вейзе вважає, що імпліцитність припускає неявне, приховане, опосередковане вираження думки. Вона полягає в опусканні логічних ланок у процесі розвитку думки.

Імпліцитний зміст знаходиться на рівні тексту, а також полягає в опорі на фонові знання студента або внутрішню логіку контексту.

Здобуття імпліцитного змісту формує вміння відходити від словникового значення слова або словосполучення, співвідносити його з наявною ситуацією, опиратися на контекст і правильно розуміти думку автора [10].

З точки зору Ф. С. Бацевіч експліцитна інформація є явно виражений зміст, який сприймається комунікантами зі значень мовних одиниць [11]. Із цього випливає, що одну й ту саму інформацію можна передати у двох варіантах:

- у глибинному, тобто розгорнутому;
- у більш стислому, тобто згорнутому.

Автор тексту орієнтується на студента, що засвоїв програму середньої школи і має середній читацький рівень, який може варіюватися, тому задана автором корисна інформація в тексті може відповідати або не відповідати рівню знань студента.

Н. С. Валгіна розділяє читачів на три групи [4]:

- 1) читач, що відповідає авторській орієнтації;
- 2) читач, що досяг середнього рівня;
- 3) читач, тезаурус якого перевищує рівень тезаурусу автора.

Інформація тексту виявиться в міру корисною для читачів першої групи, хоча частково надлишковою.

Для другої групи читачів буде важко сприймати текст, бо їм не вистачає фонових знань, і корисність інформації знизиться.

Для третьої групи читачів корисність інформації тексту буде мінімальною, а інформаційна надмірність – відсутня.

О. Л. Каменська вважає, що цінність тексту визначається студентом, згідно з інформацією, що міститься в ньому. Цінність залежить від кількості інформації, яку студент

може отримати, щоб реалізувати свої потреби в комунікативній або інших видах діяльності [5].

Н. С. Валгіна враховує новизну тексту й словниковий склад, які відповідають за засвоєння нових фреймів або зміну вже відомих, як особливості сприйняття при відборі тексту з врахуванням його інформаційно-прагматичних установок.

Надлишкові фрази – це граматично й логічно розгорнуті структури, що претендують на найбільшу точність у перекладі змісту. Такі структури характерні для офіційних, наукових, навчальних текстів.

Згорнуті структури можуть спричинити двозначність, невизначеність, нечіткість у вираженні думки [4].

Інформаційна насиченість тексту може розглядатися з двох точок зору:

- корисність/некорисність інформації;
- побудова мовних одиниць тексту.

Експліцитна та імпліцитна інформація призводить до появи або відсутності напруженості.

Структурну напруженість спричиняє більша семантична наповненість, а ненапруженість характеризується незначною наповненістю тексту інформацією.

Надмірна напруга приводить до утрудненості сприйняття.

Виходячи з призначення тексту, його напруженість можна підвищити або знизити.

Будь-який текст має свій рівень напруженості або не напруженості викладу.

Науково-навчальні тексти характеризуються словесним заповненням змістових ланок, тому що текст із високим рівнем напруженості може спричинити непорозуміння.

Напружений текст характеризується логічним розгорненням, відсутністю змістових пропусків та стрибків у тема-рематичних послідовностях.

Є. А. Селіванова пов'язує типологізацію комунікативних стратегій із кооперативними принципами-максимами мовного адресата [3].

Зіставлення цих мовних принципів із прагматичною стороною навчання інформативного читання може бути перспективним підґрунтям для підвищення ефективності навчання інформативного читання.

Відповідно до принципу кількості ступінь інформативності повідомлення визначається конкретними потребами. Урахування цього принципу в навчанні читання означає підбір текстів, насичених новою, цікавою інформацією, яка буде корисною в майбутній професійній або навчальній діяльності студентів.

Відповідно до принципу якості повідомлення має бути правдивим, що для методики навчання інформативного читання означає – підібрані матеріали у професійних цілях мають бути автентичними й відповідати реаліям життя.

За принципом релевантності текст має відповідати темі, що означає необхідність добору текстів за тематикою програм навчання.

Відповідно до принципу чіткості викладу для навчання інформативного читання відбираються тексти, які характеризуються відсутністю двозначності й надмірності.

## Висновки

Прагматична сторона інформативного читання забезпечує вдосконалення мовної компетенції й розширення фонових знань студентів.

Прагматичний зміст тексту розкриває взаємодії між автором і читачем, ураховуючи типологію читача, встановлює професійний інтерес до тексту.

Кожен текст має прагматичні властивості, які проявляються на рівнях читабельності, інформативності, новизни й цінності, захопливості й переконливості, а також на цих рівнях відбувається взаємодія студента з текстом.

## Література

1. Серова Т. С. Обучение решению коммуникативно-познавательных задач в процессе иноязычного информативного чтения / Т. С. Серова. – Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2006. – 14 с.

2. Селіванова О. Сучасна лінгвістика. Термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 484 с.
3. Селіванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селіванова. – К.: Брама, 2004. – 70 с.
4. Валгина Н. С. Теория текста: учеб. пособие / Н. С. Валгина – М.: МУП «Мир книги», 1998. – 110 с.
5. Каменская О. Л. Прагматические свойства текста / О. Л. Каменская // Психологические основы интенсификации обучения иностранным языкам в вузе: сб. – М, 1987. – Вып. №283. – С. 76–78.
6. Бабайлова А. Э. Текст как продукт, средство и объект коммуникации при обучении неродному языку / А. Э. Бабайлова – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1987. – 60 с.
7. Кабачки В. В. Прагматика иноязычия / В. В. Кабачки // Прагматический аспект предложения и текста: сб. – Л., 1990. – 33 с.
8. Ипполитова Н. А. Текст в системе обучения русскому языку в школе / Н. А. Ипполитова. – М.: Флинт; Наука, 1998. – 19 с.
9. Гезатулин С. Л. Семантическая экономия и избыточность в речи / С. Л. Гезатулина // Филологические науки. – 2001. – №2. – 80 с.
10. Вейзе А. А. ИмPLICITный смысл и эксперимент по извлечению его из текста / А. А. Вейзе., Б. М. Лужевский // Вопросы методики преподавания иностранных языков в техническом вузе: сб. – Пермь, 1974. – №137. – 118 с.
11. Бацевич Ф. С. Основы комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К.: Академія, 2004. – 323 с.

Стаття надійшла до редакції 05.07.2011.