

АСПЕКТИ ТЕОРІЇ ТЕКСТУ

Розкривається загальне уявлення про текст як продукт авторської творчості, предмет читацького сприймання і розуміння, засіб впливу, як відносно самостійну інформаційну систему.

Увагу зосереджено винятково на явищі тексту як знаковій системі, залишаючи поза увагою питання мовного твору.

Знання про текст є фаховими знаннями для представників багатьох гуманітарних професій, оскільки подібні знання визначають характер діяльності зі словом. Без знань про предмет діяльності немає і самої діяльності: робітник ніколи не складе велосипеда, якщо він не знає, що таке велосипед і як поєднуються його деталі; лікар не вилікує людини, якщо він не знає будови її організму. Отже, журналіст, наприклад, не напише досконалого матеріалу, редактор не відредагує замітки, якщо вони не знають законів організації тексту.

Наукові знання про текст є основою для оволодіння організованим, професіональним писемним мовленням. Ці знання прищеплюються людям ще зі шкільної лави, але більш серйозно і повно вони розкриваються у закладах, що готують фахівців філологічної орієнтації.

Щоб знати правила побудови конкретних текстів (конкретного жанру, стилю), необхідно насамперед знати загальні закони текстотворення. Їм і присвячений цей нарис.

У межах наукових знань про текст як продукт організованого писемного мовлення обов'язковим є розмежування понять "твір" і "текст", "тема" і "предмет розповіді", "розробка" і "розкриття" теми. Вирішальним для формування професійних знань є також розуміння теми як основного атрибута твору. Ці знання мають аспектуальний характер, що передбачає наявність у свідомості мовця різних підсистем знань - (а) знання про текст як продукт знакової діяльності автора, (б) знання про текст як предмет читацької перцепції, (в) знання про текст як фрагмент інформаційної системи суспільства, (г) знання про текст як засіб впливу.

Твір і текст

Текст і твір - це не одне й те ж. Твір - це продукт мовної діяльності людини, найчастіше закріплений у тексті. Текст - це лише графічно-знакова фіксація твору[1]. Твір, говорив Є. Прохоров, "це тільки мовне вираження замислу його творця, а текст... графічне закріплення цього замислу на папері"[2].

Твір створюється насамперед законами мовної діяльності людини, текст - за правилами користування знаковими системами, які

використовуються людьми для фіксації творів. Не все, що є у творі, може бути виражене письмовими чи друкованими знаками. Твір і текст мають різний генезис, різну історію, різні правила оформлення, хоч вони взаємно впливають один на одного: так текстова форма сприяла і сприяє розвитку монологічного мовлення і виникненню великих творів. Необхідно усвідомлювати одну, як на думку звичайної людини, парадоксальну річ: текст - це штучний бар'єр між автором і читачем, але бар'єр, без якого людство себе не мислить. Тому існує проблема: як робити так, щоб цей бар'єр ставав якнайменшим, щоб форма тексту якнайменше заважала спілкуванню автора з читачем.

Уявлення про твір як самостійну, відірвану від автора змістову систему, - річ відносна, це продукт абстрагування, відриву результатів розумової діяльності людини від неї ж. Такий відрив був можливим тільки завдяки двом відчуженням твору від автора, пов'язаним із виникненням письма і друку. **Текст - це і є форма відчуження твору від автора.** У вигляді тексту твір набуває відносної самостійності і відносно самостійного життя. Семантикою тексту завжди є твір. Через це текст завжди й ототожнюють із твором і не бачать між ними різниці. У деяких випадках ця різниця буває і не принциповою, наприклад коли мова йде про актуальність теми твору/тексту, про їх тематичну класифікацію, фактаж тощо.

Текст на відміну від твору має свої засоби вираження й і актуалізації змісту, свої "засоби керування" читацьким сприйманням та розумінням. Важливим для вивчення тексту є розкриття його одиниць та правил їх оформлення, куди відносять правила оформлення рубрик, цитат, дат, чисел, приміток тощо.

Розглядаючи текст як **форму** існування твору, необхідно завжди мати на увазі його семантику.

Текст - це абстракція людського розуму, оскільки він поза написанням і читанням не існує. І тому всі ознаки тексту мають насамперед глибоке психологічне пояснення, оскільки текст не є самодостатньою сутністю.

Текст має **ознаки**, що виражають загальні особливості його системно-структурної організації. До таких ознак варто віднести *архітектоніку тексту, його структурованість і системність, цілісність, просторово-часову дискретність*.

Елементами тексту слід вважати *рубрики, основний текстовий блок (корпус тексту), автор тексту, абзац, виноску, рядок, графічне слово, графічне речення, літеру та пунктуаційний знак*.

До **одиниць тексту** відносяться такі фрагменти тексту, котрі мають особливу семантику й стандартизоване характерне оформлення: *переліки, цитати, посилання, дати, числа, скорочення, знаки, власні назви, умовні позначення*.

Текстовими засобами, або засобами актуалізації семантики тексту, є шрифтові (*гарнітура, стиль, кегель*) й не-шрифтові (*розрядка, втяжка, лінійки, колір*) виділення, спеціальні архітектонічні засоби тощо.

Є різні **види** текстів: *віршований, драматичний, прозовий, таблиці і виводи, нотний, формульний, бібліографічний; показчики, реферати, епіграф, присвята, колонтитули, титульний текст* тощо. Останні шість видів тексту є також елементами апарату видання.

Коротко про деякі з названих понять, що характеризують текст.

Архітектоніка тексту. Це його будова, форма, виражена шрифтовими й нешрифтовими засобами, у вигляді певного співвідношення між елементами й одиницями тексту.

Структурованість і системність тексту. Структурованість - це ознака тексту, яка виражає наявність певних зв'язків між елементами та одиницями тексту. Системність - ознака, що вказує на існування певних елементів та одиниць тексту, між якими існують зв'язки.

Цілісність. Текст є викінченою графічно-знаковою формою, що сприймається як єдине ціле, яке характеризується межею сприймання: текст перетворюється в не-текст за умови, коли графічно-знакове оформлення виходить за межу допустимого сприймання певного предмета як тексту.

Просторово-часова дискретність. Текст, що розташований на двох і більше матеріальних носіях, є просторово розірваним (дискретним). Наприклад, дві сторінки, на яких видрукуваний текст, роблять текст протяжним у просторі та часі під час його і написання, і читання.

Одиниці тексту - переліки, цитати, посилання, дати, числа, скорочення, знаки, власні назви, умовні позначення - добре описані у редакційно-видавничій літературі[3].

Текст і психологія авторської творчості

Ми можемо мати різну глибину бачення явища "текст", але ми не маємо права дивитися на нього примітивно. Примітивізм полягає насамперед в обмеженні поняття матеріалу одним якимось аспектом - чи лінгвістичним, чи літературознавчим, чи соціологічним і т.д. Крім того, може бути спрощене уявлення про явище - від тексту як самодостатньої сутності, незалежного предмета розгляду до тексту як прояву тільки складної суспільної (або й всесвітньої!) інформаційної системи.

Для розуміння сутності тексту необхідно збагнути одну принципову річ: **зміст будь-якого тексту принципово не замкнутий ні чіткою схемою теоретичної абстракції, ні строгим естетичним каноном, а пов'язаний із відкритою, такою, що розвивається, ситуацією реальної дійсності й існує практично як прикладна ділова ідея.** У тексті читач стикається переважно з реальними обставинами предметного світу. Звичайно, це не пряме зіткнення з дійсністю. Воно опосередковане творчістю автора і тих людей, що готують текст до друку. Це є залучення читача до життя через текст, так би мовити, внутрішньотекстовий контакт з реальністю. Момент діалектичного переходу контакту з і текстом у контакт із реальною проблемою суспільного життя - рубікон, за яким текст розмикається в життя і сам стає частиною актуальної соціальної практики. Після того, як читач через текст увійде в контакт із реальною проблемою і суспільного життя, увесь хід його сприймання повинен змінитися: повідомлення стає предметним, факти

постають як реалії життя, наповнені прогностичним значенням, рекомендації перетворюються у відповідальні ділові пропозиції, опис перетворюється на ситуацію, в якій потрібно або навіть необхідно приймати рішення [4].

Розглядаючи текст як частину суспільної інформаційної системи і як відносно самостійну інформаційну підсистему, відносно самодостатню сутність, що є безпосереднім предметом діяльності автора,- текст не можна аналізувати поза комунікативним актом, бо "живий" смисл інформації в тому, щоб бути повідомленою і сприйнятою. Це означає, що необхідно подивитися на твір ще й з позицій комунікативних, оскільки іншого призначення текстові, цій "інформаційній підсистемі", не можна придумати.

Текст служить засобом впливу, що має свою структуру. Ця структура залежить від багатьох факторів, зокрема від предметного змісту комунікативної мети - задуму.

Текст це "слово для справи". Виходячи з цього, можна сказати, що текст у будь-якій формі (графічній, магнітній - запис на плівку, магнітний диск), який має типологічну структуру, виконує роль засобу впливу на маси.

Типологічна структура не охоплює всіх індивідуальних впливів, які можуть бути у тексті; вона формується з суспільне необхідних і соціальне обумовлених елементів, які через свою практичну придатність здатні стимулювати мислительну, емоційну і вольову активність читача в сфері соціальної практики. Тому саме на реалізацію типологічної структури тексту свідомо або несвідомо орієнтовані всі зусилля автора. І під час збору матеріалу, і під час осмислення та обробки даних, і під час обдумування задуму автор прагне, свідомо чи несвідомо, щоб відносно форми і змісту тексту достатньо однозначно проявлялась типологічна структура, придатна для того, аби викликати в читачів справжні ефекти. Тут необхідно підкреслити, що типоформуючим ефектом впливу є справжній ефект, тобто справжній результат використання тексту справді діяльними людьми в справжніх ситуаціях. Справжність ефекту під впливом тексту буде об'єктивно проявлятися в актах зміни поведінкових планів (програми поведінки) і реальної поведінки суб'єктів соціальної дії: людей, організацій, інститутів. Конкретним вираженням справжнього ефекту буде вибір рішення під впливом тексту; вчинок, викликаний авторським впливом; реакція суспільної думки, збудженої автором; включення інформації в програму соціального інституту або використання її в діяльності законодавчих органів і партійних інстанцій, а також інші форми використання текстів у реальному житті людей. Якщо ж сам текст своїми внутрішньотекстовими якостями й особливостями не вводить читача в контакт із реаліями суспільної практики, то ні замінити такий контакт, ні компенсувати його відсутність нічим. Без цього текст не може претендувати на практичні результати. Він непотрібний як засіб соціального регулювання, оскільки знання в ньому не пов'язані зі "злобою дня" соціальної практики. Він непотрібний також і для індивіда, котрий шукає ефективні способи поведінки в реальних умовах масових суспільних процесів. Одне слово, такий текст є не є текстом.

Із цього загального призначення тексту як реальної важливої життєвої основи, на якій відбувається прийняття важливих рішень читачем, постає проблема ефективності тексту і тих засобів, атрибутів, параметрів, критеріїв, факторів, що забезпечують цю ефективність.

На думку М.Д.Феллера, ефективність тексту визначається ефективністю його структури. Ефективність же структури "проявляється в тому, що читач розуміє і сприймає повідомлення згідно з замислом автора. В інших випадках це можливість максимально швидко й повно відшукати необхідну читачеві інформацію"[5].

Ефективність тексту залежить від тих обставин, в яких відбувається процес спілкування: психофізичних станів автора і читача, їхніх мотиваційно-цільових сфер, умов спілкування. Самостійна ефективність тексту, зрозуміло, не існує. Ефективність його структури - один зі складників однієї соціальної ефективності, пов'язаної з іншими і підпорядкованої інформаційній цінності й значущості.

Знаком ефективності структури тексту є його архітектонічна досконалість. Вона інакше не існує, ніж у графічно-знаковій тканині, яка є формою всього того, що відбувається на сцені Психіки Автора й Свідомості Суспільства. Тому питання оформлення твору є архіважливим.

Досконала архітектоніка тексту впливає не тільки на ефективність його сприймання; вона має і виховне значення, розвиваючи (або порушуючи) логічну, емоційну, мовну культуру читача. Результати обробки, удосконалення форми тексту та його змісту (літературний бік) мають і суто економічне значення для суспільства в цілому, впливаючи на швидкість сприймання і запам'ятовування повідомлення, застерігаючи читача від непродуктивної втрати часу на прочитання збиткової інформації або розгадування недостатньої. Поліпшення тексту, що супроводжується найчастіше його скороченням, дозволяє економити папір, матеріали, працю друкарів, коректорів та ін.

Зі сказаного вище випливає, що дизайнерський і літературний аспект має за мету підвищення ефективності тексту шляхом удосконалення змісту, структури і зовнішньої форми. Для обґрунтованої оцінки й поліпшення будь-якого тексту з позиції читачького сприйняття автор повинен не тільки знати існуючу в суспільстві (галузі) інформаційну ситуацію і вміти оцінювати зміст тексту, але й уявляти собі, як впливає він на читача.

Визначення тексту

Визначення тексту у вигляді дефініції - річ майже неможлива, та й чи потрібна. Перед нами явище настільки багатогранне, багатоаспектне, що керуватися лаконічною фразою-дефініцією навіть неприпустимо. Текст - це, безперечно, дане, що має свої, притаманні тільки йому, параметри і категорії, це комунікативно-психологічне явище, яке існує тільки в момент його творення або сприймання. Текст поза написанням і читанням не існує. Інакше це буде лише чорнильний чи якийсь інший відбиток на папері, що справді існує у просторі й часі поза людиною, але тільки як матеріал.

Отже, **перший постулат** - текст можна аналізувати й правити тільки відносно людини як автора чи реципієнта.

Текст, як продукт мовлення й предмет перцепції, фігурує в комунікативному середовищі у вигляді неоднозначної графічно-мовної системи й структури. Образно кажучи, на шляху від автора до читача текст втрачає або набуває побічних смислів, підтекстів, значень тощо. Цьому сприяють умови текстового комунікативного обігу, а саме: недосконалість графічно-знакової системи, покликаної виражати зміст твору (відсутність необхідного набору знаків для фіксації, зокрема, паралінгвістичної інформації, носіями якої є жести, міміка тощо; архітектонічна уніфікація текстів одного жанру, але різних за змістом, що "уніфікує" й процес сприймання та розуміння змісту твору); відірваність тексту як графічно-знакового продукту від його автора, що веде до порушення нормального, двобічного характеру комунікації; відірваність тексту також від природної ситуації, в якій, згідно зі змістом твору, він мав фігурувати і т.п. Через ці умови авторський зміст тексту й читачий незавжди є одним і тим же. Так, у тексті "...І не одна, а одразу дванадцять" початок третього абзацу може бути витлумачений по-різному, оскільки читачеві невідомо, з якою інтонацією, з яким логічним наголосом виголошувалася автором остання частина фрази "Торік кожен з дванадцяти нагороджених отримав по 100 тисяч карбованців - хороші на ту пору гроші". Чи автор робить логічний наголос на слові "хороші" і тим самим підкреслює думку, що на той час це справді була велика сума? Чи автор наголошує слова "на ту пору" і висловлює застереження, що цього року нізащо не можна обмежуватися цією сумою? Цей змістовий нюанс у межах заданого автором контексту ніяк не можна уточнити, оскільки наступна фраза "Скільки це буде в нинішньому році - поки що невідомо..." не знімає багатозначності попередньої фрази.

Другий постулат впливає з першого: текст має багатоаспектні авторську (з погляду автора) і перцептивну (з погляду реципієнта) структури. Кожна з цих структур у певному аспекті є варіантом. До таких варіантних структур належать архітектонічна й семантична. Остання охоплює тематичну структуру, котра теж має варіанти: фактологічну, композиційну, логіко-поняттєву, емоційно-експресивну, комунікативну, інформаційну, психологічну структури. Семантична структура виражається також через образну й мовно-абстрактну структури, які існують у вигляді графічно-знакової структури.

Фактологічна структура. Основою цієї структури є логіко-поняттєві й асоціативні зв'язки між фактами. Елементом структури виступає факт.

Фактологічна система тексту - річ відносна, оскільки те, що автор вважає фактом, для читача може й не бути таким. Членування змісту тексту на факти залежить як від об'єктивних факторів (видільна роль рубрики, заголовка; архітектонічні елементи тексту, що допомагають виділити факт; мовні засоби, які виділяють факт, і т.д.), так і суб'єктивних: читач вважає фактом щось, що його цікавить, хоч воно у тексті і не виділене чітко як факт. Так, рубрика, під якою надрукований текст "Купіть шматочок Батьківщини",

а також зміст тексту допомагають виділити факт "аукціон земельних ділянок у Харкові".

Другий факт, виділений заголовком, - "ситуація бездумного й антидержавного розпродажу земель" - локально не поданий у тексті. Читач повинен подумки працювати над текстом, щоб відшукати у ньому цей факт, оскільки у тексті йдеться навпаки про серйозні вимоги до учасників аукціону. Факт, винесений у заголовок, більшою мірою має підтекстове прочитання.

У тексті можна виділити кілька фактів. Зокрема, фрази типу "варто побіжно наголосити" як спеціальний мовний засіб допомагають виділяти факти у тексті; у цьому тексті фактом після цих слів буде "стримана поведінка бізнесменів щодо участі в аукціоні".

Абзацний поділ теж репрезентує різні факти: повідомлення про умови щодо участі в аукціоні; обмеження для учасників; повідомлення мера Харкова Є. Кушнірєва; причини стриманої поведінки бізнесменів щодо участі в аукціоні.

Які ж критерії виділення фактологічної системи і структури? Насамперед це тематична однорідність фактологічного членування змісту (необхідно виділяти ті факти, які стосуються теми), а також логіко-категоріальна однорідність членування у межах заданої теми (щоб факти були одного рівня або підрівня узагальнення).

Так, крім гіпотетичного факту, вираженого першою фразою аналізованого тексту, у межах теми заголовка ніяких фактів виділити не можна. Всі текстові факти прямо розкриттю теми заголовка не служать. Лише зіставивши факти тексту, можна логічно прийти до факту заголовка як до можливого.

Факти у тексті мають різне підпорядкування, тобто є ієрархічно й системно різнорідними, оскільки є кілька тематичних підсистем у тексті, а також у межах кожної підсистеми є свої ієрархічні фактологічні рівні (так, у першому абзаці мова йде про умови аукціону - перший підрівень, коливання стартових цін - другий підрівень, і про те, що вважає мерія та спеціалісти Американського агентства міжнародного розвитку - головний рівень, який охоплює факти: мерія, фахівці, бізнесмени, організація аукціону). До речі, подібна, неоднорідна організація фактажу є недоліком, бо читач важко при цьому орієнтується у змісті й погано запам'ятовує його.

Тематична авторська структура. Тематичній структурі протиставляється атематична структура, в якій відсутні будь-які тематичні зв'язки. Для нормального мовлення в цілому атематизм невластивий. Він може бути результатом побічних, не мовленнєвих впливів на мовця або результатом невдалого редагування текстів, наприклад пов'язаного зі скороченнями авторського твору.

Тематична структура охоплює весь текст і виявляється у тематичних зв'язках між фразами. Кожна наступна фраза має бути зв'язана з попередньою тематичним зв'язком.

Тематичні структури бувають однорідні й неоднорідні. Однорідною структурою називається така тематична структура, яка має одну тему, що проходить через усі фрази. При цьому в тематичній структурі можуть бути наявні тематичні відхилення не більше ніж на одну фразу. Інакше виникнуть побічні теми й однорідна тематична структура перетвориться в неоднорідну.

Неоднорідною тематичною структурою називається така структура, яка має мінімум дві теми, одна з яких може бути основною. Неоднорідна тематична структура, в якій важко виділити основну тему, називається аморфною.

Для однорідної тематичної структури властиві такі зв'язки:

- основний тематичний зв'язок (фрази зв'язані одним і тим же предметом розповіді);
- субтематичний зв'язок (наступна фраза ієрархічно підпорядкована попередній - від загального до конкретного, від загального до деталі тощо);
- макротематичний зв'язок (наступна фраза є вершиною ієрархії відносно попередньої фрази від конкретного до загального).

Неоднорідні тематичні структури включають:

- асоціативний формальний, наприклад звуковий, зв'язок (утворюється паралельна тема на основі звукової асоціації);
- асоціативний змістовий зв'язок (наступна фраза виражає тему, яка асоціативно зв'язана з попередньою); цей зв'язок може бути різних типів: (а) ситуативний асоціативний зв'язок (наступна фраза є висловлюванням про предмет, що має просторове або часове відношення до предмета попередньої фрази - утворення суміжних тем), (б) предикативний асоціативний зв'язок (наступна фраза виражає причину, наслідок, атрибут, місце, час дії основного предмета розповіді).

Текст "Купіть шматочок Батьківщини" має неоднорідну тематичну структуру, оскільки його зміст репрезентує кілька тем. Тематична залежність фраз твору така:

Тема 1: розбазарювання держави. Заголовок. **(1) Купіть шматочок Батьківщини.**

Тема 2 (предикативний асоціативний зв'язок з темою 1): харківські бізнесмени як власники землі. **(2) Тепер деякі харківські бізнесмени, рушаючи в подорож, зможуть загортати у хусточку жменьку справді своєї землі.**

Тема 3: перший в Україні відкритий аукціон земельних ділянок у Харкові. **(3) Сьогодні у цьому місті відбувається перший в Україні відкритий аукціон земельних ділянок.**

Тема 4 (субтематичний зв'язок з темою 3): умови аукціону. **(4) Умови аукціону традиційні: учасники мають внести 10 відсотків від стартової ціни облюбованої ділянки, які у разі перемоги зараховуються до остаточної (аукціонної) ціни лота.**

Тема 5 (субтематичний зв'язок з темою 4): коливання стартових цін. **(5) До речі, стартові ціни коливаються від 60 до 500 мільйонів карбованців, бо мерія і спеціалісти Американського агентства**

міжнародного розвитку, що її консультують, вважають, що вони "мають бути якомога нижчими".

Тема 6 (субтематичний зв'язок з темою 3): предмет аукціону. (6) Отже, на сьогоднішньому аукціоні пропонується вісім ділянок в центрі Харкова під офісно-комерційну забудову з правом оренди на 50 років за мінімально можливою орендну плату.

Тема 4. (7) Обмеження: суб'єкт, що бере участь у торгах, має бути зареєстрований у Харкові.

Тема 6: (8) Інші вісім ділянок продаються у приватну власність під забудову житлом.

Тема 4: (9) У цій частині торгів можуть брати участь лише фізичні особи, прописані у Харкові, а до того ж за умови, що вони не є власниками інших земельних ділянок чи будинків.

Тема 7 (ситуативний асоціативний зв'язок із темами 2-4, 6): мер Харкова повідомляє. (10) Мер Харкова Є.Кушнірьов, що під час засідання клубу "Ринкова реформа" зустрівся з журналістами, зазначив.

Тема 6: (11) "Хоча приблизно десяту частину комунальної власності міста ми вже приватизували, проте кращі об'єкти ми на аукціон поки що не виставляємо".

Тема 8 (субтематичний зв'язок із темою 2 і 3): бізнесмени ж неактивні учасники аукціону. (12) Варто побіжно наголосити, що панове бізнесмени не надто поспішають закидати організаторів аукціону заявками на участь.

Тема 9 (предикативний асоціативний зв'язок із темою 8): причини неактивності бізнесменів щодо аукціону. (13) Певне, тому, що будівництво - надзвичайно дороге задоволення, яке ще невідомо коли окупиться, а за гіперінфляції довгострокові інвестиції, до яких належить і будівництво, взагалі стають рідкістю.

Тема 9: (14) І, крім того, чи можна бути впевненим, що в країні, де закони змінюються швидше за погоду, завтра просто не заберуть те, що нині дозволили (на межі закону) купити або створять умови, при яких бути власником нерухомого майна стане надзвичайно не вигідно - наприклад, шляхом дуже високих податків?

Схематично тематичну структуру цього тексту можна відтворити так:

фраза	1-----тема	1
фраза	2-----тема	2(1)
фраза	3-----тема	3
фраза	4-----тема	+++++++4(3)
фраза	5-----тема	5(4)
фраза	6-----тема.....	6(3)
фраза	7-----тема	+++++++4(3)
фраза	8-----тема.....	6(3)
фраза	9-----тема	+++++++4(3)
фраза	10-----тема	7(2-4,6)
фраза	11-----тема.....	6(3)

фраза	12-----тема	8(2,3)
фраза	13-----тема	=====9(8)
фраза 14-----тема	=====9(8)	

Неоднорідність тематичної структури даного тексту проявляється, як видно зі схеми, в тому, що серед чотирнадцяти фраз зафіксовано дев'ять тем, із них тільки три теми (4, 6, 9) відносно поширені в тексті. Таке розмаїття тем порушує зміст і створює відчуття хаосу під час його сприймання. Тема 3 латентно (приховано) присутня у більшій частині тексту, і якби 4 й 6 теми не розвинулися, то можна було б говорити про відносну однорідність тематичної структури.

Тематична перцептивна структура. Ця структура залежить насамперед від особливостей перцепції тексту. Через це вона надміру індивідуалізована. Ця структура завжди є варіантом тематичної авторської структури. Чим більш неоднорідна тематична авторська структура, тим більш варіативною буде тематична перцептивна структура. Так, аналізований текст може мати кілька таких перцептивних структур, що безперечно є явищем негативним, оскільки це свідчить про неоднозначність змісту тексту. Як видно зі схеми, дев'ять тем можуть стати основою тематичної перцептивної структури (дивлячись, який читач на що зверне увагу).

Композиційна структура. Композиція аналізованого тексту може розглядатися в межах кожної теми. Це змістова структура конкретної теми. Так, тема 3 аналізованого тексту має таку композицію:
1) констатуючу частину (аукціон відбувається);
2) деталізуючу частину (умови, предмет аукціону).

Ця композиція тільки частково репрезентує зміст тексту, оскільки текст багатотемний. Фактично текст має кілька різнотемних композиційних структур, що безперечно є явищем небажаним.

На рівні перцепції композиція тексту у межах певної теми буде сприйнята за тої умови, якщо тема буде виділена реципієнтом.

Архітектонічна авторська структура. Оскільки архітектоніка покликана виражати композицію твору, то архітектонічна структура повинна своїми елементами відбивати композиційні елементи. В аналізованому тексті наведена вище композиція архітектонічне майже ніяк не виділена, хіба що за винятком рубрики "Аукціон", яка своєю назвою допомагає виділити констатуючу частину композиції теми 3. Деталізуюча частина в творі представлена дискретно, тобто розкидана по тексту, що безперечно ускладнює її сприймання. Це трапилося через те, що автор увів побічні теми, розірвавши тим самим композицію теми 3.

У цілому текст має просту архітектоніку: рубрика, що виділяє тему 3; заголовок, що репрезентує тему 1, і текст, абзаци якого деякою мірою виражають лише тематичну будову твору, а не композицію конкретної теми.

Два елементи архітектоніки тексту - рубрика і заголовок - можуть виконати інформаційно-пошукову і темо видільну функцію. Це рубрика і заголовок. Оскільки рубрика і заголовок перебувають у предикативному асоціативному зв'язку, то вони репрезентують переважно першу тему

"розбазарювання держави". Насправді ж ця тема не розробляється і не розкривається у тексті, але ці архітектонічні елементи можуть виконати свою роль, спрямовуючи увагу читача таким чином, що він буде шукати у тексті саме цю тему. В результаті тематична і композиційна перцептивні структури можуть зовсім не збігатися з авторськими структурами.

Логіко-поняттєва авторська структура. Дана структура протиставляється алогічній структурі, яка може бути результатом різних порушень нормального мовленнєвого акту або результатом незграбного втручання редактора в текст.

Логіко-поняттєва структура, що лежить в основі тематичної змістової структури і зумовлює її, має такі зв'язки:

- предикативний зв'язок, що існує між поняттями, з яких складається предикат як продукт судження людини про щось. Мовно предикат може виражатися від одного речення до системи речень, що покривають весь твір. Предикативним зв'язком можуть бути зв'язані такі компоненти змісту, які виражають: актанти (діючі ролі - підмети, додатки), реляції (причина, допустовість, умова, мета), атрибути (означення, присудок, обставина способу і міри та ступеня), координати (місце, час);
- логічний ієрархічний зв'язок, що виражає співвідношення цілого і частини;
- предметно-категоріальний зв'язок виражає категоріальне співвідношення між предметами;
- ситуативний зв'язок, який існує між поняттями, що пов'язані лише ситуацією, - простором, часом.

Найбільш "підступний" зв'язок - це предикативний, оскільки він непомітно для мовця спричинює тематичні відхилення. Так, у тексті "...І не одна, а одразу дванадцять" фрагмент "(1) І ось, рік тому, з'явилася премія "Київська пектораль". (2) По суті, це не одна, а одразу дванадцять премій. (3) Інтерес до неї великий не лише в Україні - (4) адже аналогів нема в жодній з держав СНД" має логічний предикативний зв'язок між фразами (3) і (4), в основі якого лежать два поняття, логічно зв'язані причинним відношенням між собою, - поняття про інтерес до премії в Україні і поняття про відсутність аналогічних премій в інших державах. Четверта фраза може стати основою побічної теми "аналогічні премії в інших державах". Автор повинен завжди мати відчуття міри й стежити за тим, щоб фраза, пов'язана логічним предикативним зв'язком з тематичною фразою, не обростала іншими фразами, відволікаючи увагу читача від основної теми.

Логічний предикативний зв'язок мовно виражається переважно складними реченнями й існує на стикові головних і підрядних речень.

Логіко-поняттєва перцептивна структура. Розуміння реципієнтом логічних зв'язків між фразами залежить від багатьох причин і зокрема від мовної вправності автора, тематичної структури тексту. Чим більш неоднорідний тематично текст, чим більш він мовно незграбний, тим більша ймовірність, що читач не зможе легко вловити логічні зв'язки між фразами, а це вплине на загальне розуміння змісту тексту.

Емоційно-експресивна структура тексту. Емоції, які вкладає автор у свій текст, можуть бути різними. Єдина вимога, що емоції, виражені попередньою фразою, не повинні контрастувати з емоціями наступної фрази або заважати її нормальному розумінню. Крім того, емоції фрази, що стосуються предмета розповіді, не повинні суперечити емоційному соціальному досвідові щодо даного предмета. Зачіпаючи емоції читача, автор зачіпає найтонші струни його душі, від звучання яких залежить подальше розуміння тексту.

У цілому емоційні стани людини поділяють на позитивні (+), негативні (-) і відносно нейтральні (0). Схематично відтворимо емоційно-експресивну структуру аналізованого тексту "Купіть шматочок Батьківщини" з погляду автора (підставою для виділення тих чи інших емоцій був факт наявності у фразах відповідних мовно-експресивних засобів).

фраза	0	0
фраза	1	-
фраза	2	-
фраза	3	0
фраза	4	0
фраза	5	0
фраза	6	0
фраза	7	0
фраза	8	0
фраза	9	0
фраза	10	0
фраза	11	0
фраза	12	-
фраза	13	-
фраза 14 -		

Як бачимо, даний текст має переважно нейтральну емоційну орієнтацію, але з елементами негативних емоцій (початок і кінцівка тексту).

Позитивні чи негативні емоції не так легко загасити, і є всі підстави сподіватися, що негативна орієнтація початку тексту вплине на читача таким чином, що він і відносно нейтральний середній фрагмент тексту сприйме негативно або пропустить як такий, що не відповідає негативному станові читача. Це, звичайно, вплине на загальне розуміння змісту тексту.

Інформаційна авторська структура. Не будь-який текст є носієм інформації. Є тексти, котрі покликані виконувати суто організуючу, агітаційну функцію. Інформаційними є ті тексти, які несуть нові повідомлення для реципієнта. Безперечно, ми не можемо говорити, що є тексти геть позбавлені інформації, можна говорити лише про відносно неінформативні тексти. З цього погляду, семантична структура тексту являє собою співвідношення "даного" і "нового". "Дане", "відоме" у тексті не є зайвим, воно лише має бути доцільно використаним за своїм обсягом. "Дане" необхідне тільки тою мірою, якою воно готує до сприйняття "нового", тобто інформації. Якщо "даного", "відомого" забагато, то воно набуває такої

властивості, як ентропія, тобто невизначеності, незрозумілості, для чого автор розповідає про вже відомі речі. Надмірна ентропія тексту веде до втрати інтересу читача, він може припинити читати текст або послабити увагу для пошуку інформації, або відчувати невдоволення від прочитаного.

Інформаційна перцептивна структура. Ця структура часто може не збігатися з авторською, оскільки передбачити, що читачеві відомо, а що ні - важко. Необхідно дотримуватися правила золотієї середини: щоб "дане" отримувача було більше за "дане" адресанта, без чого неможливе розуміння, і щоб "дане" отримувача було меншим "даного" адресанта, без чого інформація часто стає непотрібною. Текст має бути організованим так, щоб "дане" готувало читача до сприймання інформації. Якщо ж інформація може бути сприйнята і без уже відомого, то його треба уникнути.

Комунікативна авторська структура. Основне призначення тексту - це вплив на людину. Вся його структура повинна бути пристосована до виконання цієї основної функції. Проблема щодо організації семантичної структури тексту була б знята, якби умови спілкування автора з читачем були завжди одні й ті ж. Насправді ж процес творення й сприймання кожного тексту неоднаковий, що й відбивається на його структурі.

Від чого ж залежить структура тексту в плані комунікативному? Від характеру функції впливу на людину. Від чого ж залежить цей характер? Від таких факторів:

- 1) ситуації написання й сприймання тексту;
- 2) мотиву діяльності, в яку включена комунікація;
- 3) комунікативної мети;
- 4) комунікативного смислу тексту.

Різний характер впливу автора на людину дозволяє виділити функцій-варіанти загальної функції комунікативного вливу. Насамперед необхідно виділити ті функції, без яких не обходиться жоден текст, - це контактну та організуючу функції [6].

Контактна функція тексту. Якщо звичайний канал зв'язку починає працювати з того моменту, як його ввімкнули, то канал соціального зв'язку для "зняття трубки" вимагає, щоб текст привернув увагу адресата і був оцінений ним як цікавий. Тільки тоді він буде його читати. Примусити адресата "зняти трубку" повинен сам текст.

Є різні засоби для встановлення контакту з читачем. Найпопулярніший - це цікавий, привабливий заголовок; розташування матеріалу на певній сторінці, в певній частині сторінки; цікава ілюстрація або архітектоніка тексту тощо.

Організуюча функція тексту. Контакт увімкнений. Але людський канал зв'язку легко вимикається - увага стомлюється і слабне, її заколихують монотонні збудники, губиться канва думки. Структура тексту повинна чинити опір подібним перешкодам. Він повинен мати елементи, що підтримують зацікавленість, вказують напрямок розвитку думки, керують процесом читання.

Здебільшого для утримання уваги у текстах використовують експресивні засоби - актуалізатори уваги: емоційно-експресивні слова (вплив на емоції), цікаві факти (утримання уваги, створення ефекту очікування шляхом нанизування уже відомих фактів, після яких має йти несподівана розв'язка) тощо. Так, у тексті "Хто не любить "російського"?" використаний традиційний початок тексту для утримання уваги: "На це запитання, що винесене у заголовок, мабуть, мало хто й відповість". Далі несподіваний поворот думки реципієнта: "От аби інше закінчення було - "російської", то "ерудитів" було б незлічимо". Після цього називається потрібний факт: "А "російський" - це новинка Корюківського хлібозаводу. Це новий сорт хліба..." Такий фактологічно-логічний хід утримання уваги можна використовувати, але факти, що використовуються при цьому, не повинні бути дешевими, спекулятивними, політичними, такими, що активізують у свідомості читачів неприємні для стосунків двох народів почуття.

Далі по тексту використаний інший засіб утримання уваги - градація переваг предмета розповіді для створення ефекту очікування нового: "І ще одна перевага - цей хлібний виріб, сказати б, лікувальний". При цьому у фразі перевага має бути виражена загально, щоб читач далі захотів читати текст із метою дізнатися детально, в чому перевага предмета опису.

Ці функції тісно пов'язані також з наявністю в структурі тексту індивідуального авторського стилю. Авторське "я", ставлення автора до повідомлюваного ним - це один із реалізаторів згаданих функцій.

Обов'язковою умовою виконання цих функцій має бути відповідність структури тексту можливостям людської пам'яті та інтелекту сприймати й розуміти інформацію.

Використання даних функцій, як уже зауважувалося, залежить від кількох факторів. Зупинимося, зокрема, на залежності цих функцій від установок читача. Зустріч читача з текстами агітаційного характеру (що не стосуються сфери політики) переважно випадкова, з текстами популярного характеру - більшою мірою пов'язана з інтересами читача і супроводжується постійним усвідомленням потреби в прочитанні. До теоретичних текстів читач звертається переважно в результаті свідомого пошуку. І з текстами прикладними він ніби планує свої зустрічі раніше - з метою використати їх в ролі одного з інструментів для прийняття рішення.

Через це за характером прояву контактної функції на одному полюсі стоять агітаційні тексти (максимальне використання реалізаторів), на протилежному - тексти прикладного призначення (мінімальне використання реалізаторів); цей ряд закінчує довідкова література.

Що стосується організуючої функції, то з переходом від агітаційного тексту до популярного і далі зменшується її суто естетичний прояв і яскравіше виступають реалізатори безпосереднього керування процесом читання, до того ж все більше виділяються зі структури тексту (номери пунктів в Інструкціях, заголовки таблиць). Зникає при цьому й індивідуальний авторський стиль, твір більшою мірою "колективізується", формалізується, стає безликим і формально-логічним.

Серед інших важливих функцій, які пов'язані безпосередньо з реалізацією головної комунікативної функції впливу на людину, необхідно назвати функцію формування поглядів читача, аферентну функцію і закличну функцію.

Функція формування поглядів. Цю функцію найчастіше виконують тексти теоретичного характеру (у журналістиці - статті, кореспонденції). Звичайно, дану функцію може виконувати будь-який текст, якщо зміст його організований таким чином, що він формує у свідомості читача нові поняття. Здійснення функції формування поглядів читача неможливе без використання інформації, уже відомої читачеві. Цю інформацію краще за все передавати найбільш економними засобами... щоб не створювати відчуття надмірності тексту. Здійснення функції формування думки вимагає значної (тим більше, якщо менш підготовлений читач) поступовості, навіть іноді ніби сповільненості викладу. При цьому можна вдаватися до повторів змісту в розумних межах із метою запам'ятовування основних положень змісту читачем (вимога дидактики).

Аферентна функція. Цю функцію найчастіше виконують тексти так званого інформаційного жанру. Основне завдання цих текстів -- дати інформацію читачеві, яку він використає для прийняття певних рішень у межах задоволення власних або суспільних потреб. Етап прийняття рішення - це мислительна аналітично-синтетична діяльність людини, спрямована на пошук потрібного у даній ситуації рішення. Людина для прийняття рішення може звертатися й до письмових джерел із метою пошуку необхідних фактів. Структури текстів, що покликані виконувати дану функцію, можуть бути без спеціальних реалізаторів контактної функції, оскільки читач у будь-якому випадку прочитає матеріал, бо йому це потрібно. Єдине, що у структурі видання мають бути спеціальні рубрики чи заголовки, які допомагають читачеві відшукати необхідний для нього текст. Ці рубрики та заголовки й можуть бути мінімальними реалізаторами контактної функції.

Особливу роль відіграють у подібних текстах реалізатори організуючої функції, яка допомагає читачеві швидко схопити потрібну для нього інформацію. До цих реалізаторів можна віднести табличну форму подання статистичних звітів, подання цифрових даних, газетно-журнальні рубрикації тощо.

Заклична функція. Цю функцію виконують тексти переважно агітаційного характеру. Структури тексту для здійснення цієї функції мають бути розраховані на дії читача в певному напрямку і з певною метою. Дану функцію можуть виконувати будь-які тексти, але в текстах теоретичного характеру відсутні спеціальні реалізатори для вираження закличної функції. До реалізаторів даної функції можна віднести не тільки прямі заклики типу "Усі на вибори!", а й підбір певних фактів, які в конкретній ситуації змушують діяти адекватним чином; певні судження автора, що стимулюють читача діяти тощо. Структура тексту, що виконує закличну функцію, найчастіше являє собою поєднання відомих для читача фактів, висновків, які

переконують читача в необхідності діяти, або має форму безпосереднього предметного заклику.

Психологічна авторська й перцептивна структури. Не завжди те, що говорить автор, буде адекватно сприйняте адресатом. Особливості породження і сприймання тексту зумовлені психологією співбесідників. Існують об'єктивні умови, які ускладнюють процес сприймання тексту. Відсутність безпосередньої комунікації обмежує автора та адресата у формах вираження й отримання змісту тексту. Поряд із діалогічним спілкуванням є "віяльне", під час якого дані про реакції аудиторії на текст можуть бути отримані лиш опосередковано і через деякий час. Об'єкт впливу при цьому спілкуванні - свідомість людей, розділених часом і простором, що передбачає особливу літературну обробку текстів.

Труднощі мовного спілкування сягають максимуму, оскільки адресат є невизначеною множиною. Це означає, що мовлення автора повинне триматися на особливому ставленні автора до свого мовлення, а саме на підвищено усвідомленому ставленні.

Авторська психологічна структура тексту (тобто його зміст) повинна бути орієнтована на адресата з урахуванням психології його сприймання й розуміння. Авторська психологічна структура ніколи не може бути тотожною перцептивній психологічній структурі, але вона повинна наближатися до неї. Для цього автор повинен добре знати психологію сприймання тієї категорії читачів, якій адресується текст.

Увага до психологічної структури тексту проявляється ще з давніх часів. Так, професіональних мовців давно цікавило питання, як перебороти психологічний бар'єр слухача, пов'язаний з небажанням сприймати й розуміти висловлювання або нездатністю вловити -авторську думку через довгу канву повідомлення.

"Якщо ми маємо навіть найточніші знання писав Арістотель, - все-таки нелегко переконувати деяких людей, говорячи на основі цих знань, тому що оцінити мову, в основі якої знання, - це справа освіти, а тут перед натовпом вона неможлива річ. Тут ми обов'язково повинні вести докази і умовиводи доступним чином"[7]. Важливим засобом, вважав Арістотель, утримати увагу слухача є дати йому самому здогадатися про думку автора.

Поширеною помилкою багатьох авторів є нерозуміння того факту, що автор, який більше знає про предмет мовлення, ніж говорить, не завжди в змозі зрозуміти, що в його тексті для співбесідника буде неповним або незв'язаним. Точніше, автор не завжди може у зовнішньому мовленні відтворити те, що є в його внутрішньому мовленні. Автор повинен чітко розмежовувати структури "для себе" і "для читача". Якщо у тексті фіксуються змістові "прогалини", що ускладнюють розуміння, то обов'язково треба логічно відновити це "провалля" змісту.

З урахуванням особливостей людського сприймання сформувалося в науці поняття міри явища: співвідношення міри явища опису - міри жанру, його виражальних можливостей - міри людини (здатності її сприймати і розуміти). Випадки невдалого вибору жанру - це випадки порушення міри

явища. Так, порушений вибір жанру для теми "дорога до храму" в однойменному тексті. Жанр замітки не може охопити запропоновану автором тему, для цієї теми мав бути обраний жанр статті. Поняттєвий обсяг теми настільки великий, що обсяг тексту неспівмірний із поняттєвим обсягом. А звідси порушення міри розуміння тексту, оскільки читач, за відсутності необхідної кількості понять, не може зрозуміти обереги духовності.

Поняття пропорційності теж пов'язане з можливостями людського сприймання. Якщо важливим питанням у тексті приділяється менше уваги, ніж другорядним, то читач або не зверне уваги на важливе, або відчуватиме незадоволення від стислого розкриття важливих питань. Поняття пропорційності пов'язане з законом "золотого поділу": одна частина тексту має відноситися до другої як два до трьох, тобто, наприклад, важливе у тексті має займати дві його частини, а неважливе одну.

Психологами визначені можливості оперативної пам'яті: не більше дев'яти предметів можуть одночасно сприйматися. Звідси впливає доцільність членування тексту на частини (не більше дев'яти частин); кількість нових фактів, що їх має запам'ятати читач; кількість текстів під однією рубрикою тощо.

Одна з важливих проблем психології сприймання тексту є виникнення підтекстів у ньому.

В основі підтексту лежить здатність людини до паралельного відтворення дійсності одночасно мінімум у двох площинах. Підтекст - це інший план повідомлення, який створюється не довільно, а тими ж засобами, що й основний план. До таких засобів належать: -лексичні засоби (метафора, метонімія, перифраз, порівняння тощо); -ситуативні засоби (факти, події, раніше згадані); -асоціативні засоби (поняттєві, емоційні зв'язки, які виникають між тим, про що йде мова, і досвідом автора або реципієнта). Крім того, кожне слово має психологічний образ, властивий конкретному реципієнтові. Цей психологічний образ здатний викликати у свідомості реципієнта свій ланцюг асоціацій, на основі яких і створюється інший, прихований план повідомлення. Безперечно, не можна знати психологічних образів слів кожного читача, але можна прогнозувати підтексти з урахуванням okazіональних, нелітературних, розмовних, переносних значень слів.

Завдання автора - прогнозувати можливі підтексти і знімати їх через зміну структури тексту, якщо ці підтексти небажані. Так, для тексту "Хто не любить "російського"?" необхідно змінити заголовок, а також початок тексту, щоб зняти як політичний підтекст, так і вульгарно-побутовий, пов'язаний із варіаціями на тему російської горілки.

І третій постулат. Структура тексту існує винятково у графічно-знаковій формі, яка є носієм інших форм - образної, мовно-абстрактної, звукової, паралінгвістичної. Проблема сумісності цих форм із графічно-знаковою і (здатності взаємозамінити для вираження змісту є центральною проблемою теорії тексту.

Кожна структура передбачає елементи, між якими існують структурні зв'язки. Сукупність елементів становить відповідну систему. Таким чином, текст завжди має системно-структурний характер.

Особливістю кожного тексту є характерний тільки для нього зв'язок виділених структур. На основі повторюваних у різних творах зв'язків структур виділяються типи текстів, або **текстові жанри**[8].

Поняття **жанр** позначає стійку форму, що визначається конкретним призначенням тексту та особливим поєднанням текстових засобів.

Питання жанру тісно пов'язане з питанням стилю.

Під **стилем текстотворення** необхідно розуміти особливий спосіб, манеру організації змісту тексту, що традиційно використовуються як інтуїтивно і в результаті наслідування, так і свідомо, з метою досягти відповідного результату сприймання та розуміння. В основу цього визначення покладена інтенціональність, цілеспрямованість текстотворення. Стель безперечно виражається особливою організацією тексту на різних його структурних рівнях, зокрема на рівні форми, але стильовою основою тексту є його особлива семантична організація, що репрезентує систему проміжних авторських цілей, підпорядкованих головній комунікативній меті автора.

Текстові жанри не існують поза стильовими характеристиками текстів. Кожен жанр репрезентує ту чи іншу комбінацію стилів. Стель - це спосіб, манера цілеспрямованої організації формально-змістових типів, жанри - це власне формально-змістові типи, організовані певним способом, стилем. Отже, для творення певного жанру потрібен стиль, а для стилю - техніка як сукупність умінь та навичок, що забезпечують користування конкретним способом організації тексту.

Текст як продукт знакової діяльності автора

Текст як семантична структура має аналізуватися в кількох загальних аспектах, що відбивають суть комунікативного процесу. Перший аспект - це аналіз тексту з позицій автора.

Це положення про текст має два значення: (а) текст як продукт реального, живого процесу текстотворення (знакової діяльності); (б) текст як продукт професіонального текстотворення, як свідомо регульованої самим же автором власної знакової активності. Якщо в першому випадку текст стає природним витвором мовця, то в другому ми маємо справу з імітацією під природність процесу текстотворення: автор свідомо попрацював над добром текстових засобів для вираження актуальної теми, її розробки й розкриття, композиції і т.д. Професіонально написати текст - це значить імітувати всі реальні процеси текстотворення, щоб текст був досконалим, природним продуктом знакової діяльності. Це значить: імітувати зв'язок тексту з мотивом (надати текстові комунікативного смислу), комунікативною метою, комунікативним задумом, комунікативною ситуацією.

Будь-який текст є результатом акту авторської предикації (судження) у графічно-знаковій формі. Текст - це графічно-знакова форма предиката, який існує у вигляді розгалуженої поняттєвої системи, що відображає предмет мовлення в образній або/і мовній, а також парамовній і емоційній формах.

Механізм процесу творення тексту має логіко-психологічний і семантичний аспекти, пов'язані з особливостями акту предикації.

Логіко-психологічний механізм текстотворення працює тільки в умовах діяльності мовця і забезпечується дією усіх тих факторів, які зумовлюють діяльність людини взагалі і знакову активність зокрема. Таким чином, окрім будови, механізм текстотворення має ще й функціональний аспект.

Отже, системно-структурна організація будь-якого тексту, має системне (будова) і функціональне (знакова діяльність) забезпечення в період предикації змісту тексту.

Нижче подаємо поетапний реальний процес текстотворення з корекцією на професіональну роботу. Функціонування логіко-психологічного механізму відбувається на кількох рівнях:

1.Рівень дотекстової предикації, пов'язаної з долокутивним [9]актом предикації висловлювання (твору) (1-й рівень предикації). У професіональному мовленні це етап збору матеріалу та імітації мотивації (необхідності написання) твору.

2. Рівень дотекстової локутивної внутрішньомовної предикації (2-й рівень предикації). У професіональному мовленні це період імітації формування комунікативного задуму, комунікативної мети, це розробка теми. У цей період предикації серед образів розгорнутих мовних одиниць, які існують внутрішньо, у згорнутій формі, формуються паралельно такі ж образи графічно-знакових текстових одиниць.

3. Рівень локутивної явної мовно-текстової предикації (3-й рівень предикації). У професіональному мовленні це розкриття теми, це імітація процесу вибору форми вираження, текстових засобів.

Перший і другий рівні предикації надзвичайно важливі для розуміння психології авторського текстотворення, оскільки вони пов'язані з підготовкою автора до написання тексту, збором матеріалу, його осмисленням, формуванням замислу тексту, перш ніж автор прийме рішення писати. Ці "муки творчості" автора психофізіологічною мовою називаються аферентним синтезом.

Аферентний синтез для випадків здійснення простих поведінкових актів, наприклад відповідь на привітання, протікає миттєво. Авторська ж творчість пов'язана здебільшого з поступовим процесом збору, аналізу фактів і прийняття авторського рішення. Для автора аферентний синтез і перетворюється в творчу роботу, виражену системою дій, ізоморфною структурі акту аферентного синтезу. І знаючи психофізіологічну природу поведінкового акту, можна по-науковому осмислити роботу автора, пов'язану з підготовкою до написання тексту.

1.Рівень дотекстової і долокутивної предикації. Для розуміння цього рівня предикації необхідно мати на увазі одну річ: людина ніколи не пише текст просто так, її система знакових дій завжди включена в структуру загальної діяльності. Текстотворення - не самоціль, воно лише знаряддя, засіб досягнення мети, породженої мотивом усієї діяльності[10]. Під дією мотиву,

який опредмечує потребу людини, обставин зароджується думка. На початковій стадії появи думки в її змісті "закладена" і та його частина, яка пізніше стане змістом твору, а значить і тексту. Тобто, зміст тексту є компонентом у системі загального змісту думки, "покликаного до життя" мотивом і ситуацією спілкування.

Сам собою предметний зміст думки індиферентний до природи дій, лиш на певному етапі її розвитку - на етапі прийняття рішення, коли формується мета або система цілей, - зміст думки розподіляється між конкретними мовними або немовними діями.

Цей ранній рівень предикації являє собою, як бачимо, акт, в якому ще немає змісту тексту, - він існує в загальній змістовій системі думки латентно, приховано. І має наступити той етап в розумовій діяльності автора, коли в загальній довербальній, дословесній, структурі змісту думки почне викристалізовуватися зміст для дії або системи дій, спрямованих на спілкування.

2. Рівень дотекстової локутивної внутрішньомовної предикації. Цей рівень пов'язаний з аналітико-синтетичною діяльністю мозку людини, спрямованою на обробку змісту думки і вичленування з нього, зокрема, змісту майбутнього тексту. Це рівень аналізу, розробки того фактичного матеріалу, який був зібраний на першому рівні предикації.

Цей підхід до розвитку думки можливий лише на шляху І визнання того факту, що в момент виникнення думка є авербальною, тобто ніяк не втіленою ні в які мовні та знакові форми, і вираженою глобально, нерозчленовано, хаотично у вигляді своєрідного гештальта на "мові" образній або предметно-схемній.

Те, що думка має домовленісвий і дотекстовий (внутрішньомовний, словесно і знаково не оформлений), але локутивний етап формування, - це не відрив думки від мови та графічно-знакової системи, а природознавчий матеріалістичний доказ того факту, що мова і письмо, які виражають думку, з нейрофізіологічної точки зору є чуттєвою нейрофізіологічною тканиною, яка має різні стани. Тому закономірно, що існує плавний "перехід" предметно-схемного коду, або генотипової мови, в якій спочатку існує думка, в загальноновживану, природну, або феіотипову, мову.

Основою для такого "переходу" служить психофізіологічний механізм мови, описаний М. І. Жинкіним. Однією з умов функціонування механізму мови є його здатність утворювати асоціативні комплекси сигналів-компонентів розгорнутих словесних і знакових комплексів. "У внутрішній мові,- пише М. І. Жинкін,- утворюються вельми короткі і зовсім суб'єктивні, тобто ненормативні, сигнали, що заміняють будь-які великі раніше проговорені словесні комплекси. Між сигналом і проговореним раніше складним словесним комплексом встановлюється еквівалентність - сигнал переозначається і стає заміником цього словесно ненормативного комплексу. Виникає свій власний код, еквівалентний нормативному"[11]. Так формується предметно-схемний код, або генотипова мова. І достатньо зрозуміти процес виникнення думки уже на цьому етапі, щоб усвідомити,

наприклад, той факт, що думка не втискується тільки в рамки одного речення[12].

Кожна людина, кожен автор володіє генотиповою мовою. Важко уявити людину, яка не думає мовчки, а думає тільки вголос. Для думання вголос потрібно набагато більше часу, ніж на думання мовчки. Погоджуючись зі сказаним вище, ми все ж таки повинні визнати, що процес думання має два боки внутрішньомовного думання (генотиповою мовою) до думання словом і знаком (фенотиповою мовою). Тобто процес думання поступово визріває і шліфується у слові, яке може бути втілене у графічний знак. Слово не є сорочка, в яку одягається думка. Думка "здійснюється у мові"[13], але саме слово, як і думка, має різні стани існування - від сигналу, схеми до розгорнутої фонемної форми. Саме в цьому факті поступового переходу від генотипової мови до фенотипової криється найскладніший процес роботи логіко-психологічного механізму породження змісту тексту. Цей процес отримав різну словесну експлікацію: відчуваю, а не можу сказати; не можу знайти потрібного слова; розумію, а не можу виразити словами; думка швидше біжить за слова; не встигаю записувати думку тощо. Порушення теми в тексті найчастіше пов'язані з цим складним процесом переходу від предметно-схемного коду думки до її розгорнутого вираження в слові, сказаному або написаному. Тобто автор має розбіжність між другим і третім рівнем предикації змісту тексту в бік звуженості, і обмеженості змісту на третьому рівні предикації. Авторіві треба мати великий хист устигати записувати свої думки, щоб між третім і другим рівнем предикації змісту не було великих розбіжностей.

Як приклад процесу переходу від генотипової, внутрішньої мови до фенотипової може бути опис фіксації думок авторами, зроблений Р. Г. Іванченком: "О. Островський у листі до С. Гедеонова зауважує, що він творить ескізно (для того щоб якнайскоріше записати всі думки) і потім уже шліфує... З ним перегукується П. Панч. Він пише: оскільки "процес мислення буває такий прискорений, що ви не встигаєте записувати", то мимоволі доводиться "якомога скоріше фіксувати першу редакцію думки". Під час такої іноді досить похапливої роботи автор не в силі багато чого як слід зважити і змушений буває перед здачею твору до друку виконувати ще й роботу "другої черги" (П, Панч), шліфувати твір"[14].

Перехід думки з першого, передвербального рівня предикації до другого, внутрішньомовного, наприклад, О. С. Кубрякова описує так: "Лише при свідомій установці на те, щоб розповісти щось іншій людині, думка одягається в мовну форму... З думки потрібно ніби вибрати те, що потім увійде в мову; те, що в мозкові людини існує дифузно, повинне бути упорядковане..."[15]. Цей процес відбувається таким чином, що під час обробки думки зі змісту думки виділяється та його частина, яка і стає змістом тексту. Тобто виділяється тема.

Перетворення компоненту змісту думки у власне зміст тексту здійснюється під час уже згаданої аналітико-синтетичної діяльності мозку, що веде до прийняття рішення (постановки мети).

Виникає природне запитання, який набір аферентних елементів (предметів відображення дійсності) сформує зміст тексту, тобто стане його темою. Саме той чи ті елементи, які можуть виступити знаряддям досягнення мети під час спілкування.

Таким чином, предмет відображення, що є темою тексту виникає не довільно, він строго зумовлений мотиваційно-цільовою сферою, активізованою в свідомості автора.

Образ предмета, що знаходиться в акцепторі дії, в ситуації спілкування є комунікативним задумом людини. Комунікативний задум - це предметний зміст комунікативної мети. Що є задумом для автора, професіонального мовця, якщо написання тексту стає для автора виробничою метою, а сам процес виготовлення тексту - це імітація під реальний процес текстотворення і спілкування? Безперечно, предметним змістом мети, тобто задумом, для професіонального мовця стає уявлення про майбутній текст. Але цей задум і ця мета для автора є лише виробними, які в свою чергу включають в себе поряд з усіма етапами, параметрами, факторами мовлення й комунікативний задум теж.

Питання задуму не є настільки простим, щоб його можна було раз і назавжди однозначно розв'язати. Річ у тім, що з психофізіологічної точки зору задум як предметне наповнення мети у своєму кінцевому вираженні, в якому він зберігається в акцепторі дії після прийняття рішення, не повинен бути ледь відчутним. Необхідно розмежовувати процес творення задуму в період аферентного синтезу і власне сформований задум після постановки мети в момент прийняття рішення. Якщо виробний задум нечітко сформульований, то "муки творчості" автора будуть продовжуватися до тих пір, поки цей задум не визріє. Задум має процесуальний характер. Безперечно, цей процес "визрівання задуму" може бути вплетений навіть в процес розкриття теми. Але в ідеалі написанню тексту має передувати процес формування задуму, в якому в чіткій формі розкладені по полицях усі композиційні елементи майбутнього тексту. Чим чіткіший задум, чим він старанніше розроблений, зафіксований на папері, тим легше авторові перетворити його у текст. Завдання редактора якраз і полягає в тому, щоб допомогти авторові з формуванням виробничого задуму.

Те ж можна сказати і про формування комунікативного задуму. Якщо автор невдало імітував комунікативне цілепокладання, а відповідно не точно сформулював комунікативний задум, тобто той задум, який реально мав би бути, якби на цю тему, яку розробляє автор, писала звичайна людина,- то в процесі написання тексту автор буде змінювати комунікативний задум, шукаючи актуального звучання теми. А в результаті постраждає зміст тексту і читач, бо текст буде тематично аморфним, а читач ображеним від нерозуміння змісту тексту.

З усього сказаного випливає, що творча робота автора над фактичним матеріалом має бути строго цілеспрямована (це випливає з природного механізму породження висловлювання). Саме на цьому етапі творення змісту повинен бути, чітко сформована його системно-структурна організація: з

чого складається зміст, який план його викладу, тобто програма викладу, що потім буде лежати в основі словесно розгорнутої композиції тексту. І тільки після цього процесу розробки змісту тексту автор переходить до його розкриття.

3. *Рівень локутивної явної мовно-текстової предикації.* Під явною предикацією необхідно розуміти віднесеність тексту до дійсності. Це рівень розкриття змісту тексту. Це рівень словесно і писемно (або в іншій формі) вираженого змісту.

Зачіпаючи питання про мовне й графічне вираження змісту тексту, не можна не враховувати обмежених можливостей мовної й графічної форми, не здатної охоплювати всю структуру й багаторівневу організацію думки. Недаремно М. І. Жинкін відзначав той факт, що між реченнями у мовленні існують розриви, або шпари, в той час як у реченні вони відсутні, бо речення утворюється автоматично за допомогою обмеженої кількості граматичних компонентів. Речення між собою утримуються на основі відображення предмета мовлення, який неповністю виражається словом. Цей факт завдає й авторові, й редакторові, й читачеві багато клопоту, оскільки автор не помічає, як його текстова форма губить думку, а читач починає не розуміти, чому автор так сказав, а не інакше, бо читач не знає, щб там залишилося в думках автора.

Уміння передавати внутрішню мову іншій людині виробляється поступово. Авторіві треба мати загальні знання про факт розбіжності між внутрішньою й зовнішньою, генотиповою й фенотиповою мовами. Ці знання мають бути логіко-психологічними, а не логіко-граматичними, згідно з яким речення є паралельною структурою структурі судження. Логіко-граматичний підхід до речення й судження зняв будь яку проблему з переходом думки в речення, адже згідно з цим ученням думка, судження (зміст) здійснюється тільки у слові (форма) і поза словом не існує. Цей принцип паралелізму форми й змісту привів до втрати специфіки мовного мислення[16].

У логіко-психологічному вченні думка є не двочленною структурою, а багаторівневою поняттєвою системою, що відображає дійсність у всіх її складнощах і взаємозв'язках. Мова лише опосередковує думку, створюючи цим умови для виділення, абстрагування деяких, а не всіх сторін відображуваної дійсності, оскільки за допомогою слів відбувається тільки аналіз цілісно відображуваної дійсності.

Уявлення про багаторівневу організацію думки пов'язане з поняттям про форму існування думки. Думка в формі поняттєвого відображення дійсності є суто людською формою психіки, але це зовсім не означає, що людина обмежується винятково мовною формою свідомості, "мовною свідомістю". Думка людини як прояв її свідомості - форми психіки -- охоплює кілька рівнів відображення: рівень образів (виділення якостей, властивостей), рівень уявлень (узагальнення властивостей), рівень мовних узагальнень і абстракцій. Крім того, в поняття психіки включають не тільки процеси побудови нервових копій зовнішнього світу, а й відображення станів власного організму. Це пояснюється тим, "що психічна діяльність мозку

створюється на всіх рівнях організації нервової системи: молекулярному, субнейронному, нейронному і системному"[17]. Внутрішні впливи організму перетворюються в певні збудження всієї нервової системи, що є основою для виникнення емоцій.

Зі сказаного вище випливає, що думка є прояв складного відображувального континууму на різних рівнях його нервової організації, який в "обробленому" вигляді і є реальним змістом тексту.

Зміст тексту не обмежується суспільне виробленими значеннями слів, він включає і психологічні образи, емоції автора, які для автора пов'язані з мовною і графічно-знаковою, писемною формою тексту, а для читача залишаються глибинним багатозначним підтекстом.

Закінчуючи опис третього рівня предикації, необхідно сказати, що між авторським розгорнутим у певній формі змістом і авторським задумом існує не тотожність, а психологічна реальність у вигляді формування думки; що існує питання доцільності поєднання різних форм вираження змісту - від мовної форми до графічно-знакового оформлення тексту.

Комунікативна мета. Жива практика текстотворення ніколи не вимагає визначення комунікативної мети мовця, оскільки живе мовлення завжди цілеспрямоване, бо воно не самоціль, а лише засіб досягнення мети. Відповідно, основною вимогою до професіонального текстотворення має бути вимога цілеспрямованості слова, його дієвості. Ось як пише про це відомий журналіст, редактор газети "Вечірній Київ" (16 січня 1990 р.) Віталій Карпенко у колонці редактора "Дієвість слова": "Не секрет, що багато хто розуміє дієвість як конкретне реагування на той чи той виступ, переважно критичний. Такий підхід є дещо спрощеним. Дієвість походить від слова "дія". Отже, правильніше про дієвість газетних публікацій говорити тоді, коли вони здійснюють певний вплив на читача і викликають відповідну дію. Якщо, скажімо, людина, прочитавши газетний матеріал, розчулилась, то вже маємо право говорити про дієвість слова. Якщо вона обурилась і взялась за перо, щоб вилити свій гнів у листі до редакції, - то це не що інше, як пряма дія у відповідь на слово. Навіть якщо публікація викликала тільки неясні асоціації чи порух думки, і то ми уже можемо говорити про її дієвість. Безумовно ж, класичне втілення дієвості - це конкретні заходи, вжиті за виступом газети". Під час визначення комунікативної мети необхідно чітко визначити задум - той предметний зміст, який кладеться в основу мети. Задум - це уявний результат, якого має досягти автор своїм текстом, оскільки мета здійснюється у відповідних діях публіки, в її думках, переживаннях, нових знаннях.

Як впливає структура задуму на функціональне призначення тексту, а відповідно і на його системно-структурну організацію змісту?

Якщо автор тексту "З Історії України" має за мету допомогти читачеві сформулювати певну думку про лектора Г. О. Кузнецова, то основою тексту має стати останній абзац. Якщо ж автор хоче, щоб читачі сформували думку про нові форми роботи підприємства, то основою тексту має бути перший абзац. Одне слово, між змістом тексту і змістом задуму існує насамперед логічний

зв'язок. Можуть існувати асоціативні зв'язки, в основі яких будуть переважно емоції. Так, веселий настрій читача можна викликати веселою розповіддю про щось.

Комунікативне призначення матеріалу не виникає саме собою, воно зумовлене усією системою факторів, що визначають діяльність. До таких факторів належать мотив і комунікативна ситуація. Тільки в системі цих факторів мета буде актуальною і реальною.

Мотив. У реальних ситуаціях мотив як опредмечена потреба людини діє природно. Людині не треба замислюватися над своїми мотивами, щоб виконати якусь дію. Її потреби породжують мотиви, мотиви породжують цілі. У ситуації професіонального текстотворення ця природність порушена. Автор змушений осмислювати мотиваційну сферу своєї діяльності. Це по-перше. А по-друге, немає мотиву окремої мовної дії, є мотив діяльності людини чи групи людей, куди текстотворення включається як дія. І цей єдиний мотив визначає цілі, і зокрема комунікативні цілі. У задумі кожної мети природно уже захований мотив. Якщо моєю метою є людина весела, на що й спрямований мій текст, це означає, що уявлення про веселу людину є моїм мотивом, оскільки він реалізує мою потребу бачити веселих людей, бути з веселими людьми. Мотив може бути захованим і глибше. Так, що може бути мотивом для автора тексту "З історії України" - уявлення про позитивний образ лектора Кузнецова чи нові форми роботи підприємства у соціально-культурній сфері? Останнє більш реальне у нашій соціальній ситуації.

Визначення мотиву необхідне для опису актуальності комунікативного цілепокладання. Пошук актуального мотиву не можна здійснити без визначення комунікативного смислу.

Комунікативний смисл. Під смислом необхідно розуміти відношення дії до системи тих дій, куди буде включена аналізована дія. Реально будь-яка дія має смисл, бо вона завжди включена в певну систему дій. Оскільки кожна дія має мету, а система дій пов'язана з мотивом, то смисл у психології визначають ще як відношення мотиву до мети. Комунікативний смисл визначають через повторне запитання "Для чого?". Для чого розповідати про нові форми роботи підприємства у соціально-культурній сфері (текст "З історії України")? Виходячи з нашого сьогодення, можна відповісти: щоб люди знали свою історію, своє коріння.

Інтерпретація факторів діяльності автора не може бути повною без урахування реальної соціальної ситуації, в якій відбувається спілкування, тобто комунікативної ситуації. Весь час, аналізуючи мету, мотив, смисл, необхідно робити корекцію на реальну соціальну ситуацію, бо від неї залежить сфера актуальних потреб і мотивів, цілей. Власне, орієнтація йде на параметри соціальної ситуації - соціальний час, соціальний простір, предмет мовлення, засоби поширення інформації та соціальні ролі, які беруть участь у комунікації.

До соціальних ролей необхідно відносити як читачів, так і автора. Важливою для автора є орієнтація на аудиторію сприймання (адресація

тексту), адже саме її мотиви, смисли, цілі в конкретному часі й просторі має враховувати автор при визначенні змісту тексту.

Усі фактори діють на формування змісту на кожному рівні предикації, починаючи від збору матеріалу й закінчуючи розкриттям теми.

Такий природний механізм виникнення будь-якого тексту. Особливості проявляються в специфічній дії факторів діяльності і специфічному протіканні предикації різних рівнів.

Текст як фрагмент інформаційної системи і засіб впливу

Другий аспект тексту - це уявлення про нього як фрагмент загальної інформаційної системи суспільства (інформаційний аспект), в якому текст виконує роль засобу впливу на людей (комунікативний аспект). При цьому суспільство необхідно розглядати як кібернетичну систему, в якій відбуваються інформаційні процеси.

Текст є як (1) частина загальної інформаційної системи того соціуму; (2) відносно завершену інформаційно-пошукову систему; (3) як дієвий засіб впливу на людей.

Для розуміння тексту в інформаційному аспекті, коли формується його інформаційна структура, і для визначення завдань, що стоять перед автором, необхідно розглянути принаймні такі поняття: соціальна інформаційна система, інформація, інформаційна система й структура тексту, інформаційні канали.

Раніше вже згадувалося, що під інформацією необхідно розуміти те нове, що повідомляється адресатові і справді для нього є новим. Це означає, що поняття інформації є соціально-психологічним і відносним поняттям: не все те, що для автора здається новим, інформацією, таким буде для реципієнта. Звідси випливає кардинальне, найосновніше завдання - враховуючи психологію, обізнаність, соціальний статус реципієнтів, залишати в тексті тільки те, що буде доречною інформацією для них. А також визначити доцільний обсяг уже відомого як основу для нового у тексті.

Так, текст "Чекати недовго" малоінформативний, оскільки для сучасного читача наявність машинно-тракторних парків у районах, перебування механізаторів на роботі, любов хлібороба до землі й хліба, піднесений настрій у механізаторів, готовність техніки до роботи тощо не є інформацією.

Факти, що саме в Хмільниці в господарстві "Дружба" машинно-тракторний парк і що там працюють Д.М.Дмитренко, Я. Я. Квашук, В. Ф. Самійленко, Л. І. Максименко та М. Ф. Бурнович, не актуальні, а від того малоінформативні.

Інформаційна доцільність тексту тримається на таких засадах: чи потрібна ця інформація читачеві в даних соціальних умовах; чи не руйнує (або навпаки - чи зруйнує, якщо потрібно) соціальні цінності, стереотипи дана інформація; чи не порушує (або навпаки - чи порушить, якщо потрібно) ця інформація рівновагу в суспільній інформаційній системі і чи не станеться (або навпаки - чи станеться, якщо потрібно) від того інформаційних руйнувань, вибухів у суспільній інформаційній системі?

Під *соціальною інформаційною системою* необхідно розуміти таку систему відомих фактів, яка має долю ентропії, тобто невизначеності у суспільстві. Та система фактів, яка є сталою, замкнутою, в якій все відомо, - не є інформаційною, бо вона не несе ніякої інформації членам суспільства. Будь-яка інформаційна система повинна інформувати або від неї можна чекати інформації. Так, у нашій інформаційній системі є знання про інститути влади, армію, суд, про інститути освіти, культури тощо. І наша соціальна інформаційна система має постійну ентропію, яка проявляється в тому, що ці інститути щоденно приймають закони, рішення, постанови і т.д., яких чекає суспільство і з якими воно хоче познайомитися. Тексти покликані насамперед знімати ентропію і в той же час породжувати її, щоб підтримувати в суспільній інформаційній системі рівновагу відомого і невідомого, нового. Розповівши читачам про якийсь новий факт, текст у той же час має і зацікавити читачів тим, а що буде далі, як розвиватимуться соціальні процеси потім, з урахуванням уже відомих читачеві фактів.

Рівновага соціальної інформаційної системи визначається потребами суспільства в певній інформації, яка може задовольнити суспільні інтереси, і полягає в нормальному співвідношенні відомого й нового. Якщо людям розповідати тільки вже відомі речі, то настає суспільний інформаційний голод, який може привести до руйнування інформаційної системи. Це руйнування проявляється через втрату ознаки "інформативності" і появу паралельних суспільній інформаційній системі локальних, "тіньових" інформаційних систем, які можуть привести суспільство і до соціально-політичних вибухів. І навпаки, надмірна інформаційність поглинає суспільство в морі інформації, що інтенсивно породжує велику ентропію, дестабілізує суспільство, оскільки люди не можуть швидко зорієнтуватися у великому потоці інформації, вибрати головне для прийняття власних рішень. На психологічному рівні це відповідає затягуванню процесів аферентного синтезу, коли людина не може прийняти вчасно потрібного рішення, щоб діяти адекватно соціальній ситуації.

Зі сказаного вище випливає, що, якщо автори хочуть пустити суспільство на самоплив, вони не повинні давати інформації, а мають обмежитися "мусоленням" відомих фактів. Пишіть щодня про збирання картоплі й буряків - і ваше суспільство житиме своєю інформацією, яку воно братиме з "достовірних джерел". Якщо ж автори хочуть дестабілізувати суспільство, вони повинні затопити його інформацією. Пишіть щодня й одночасно про підняття цін, соціальні катаклізми, убивства, розбазарювання грошей, земель, кризу влади - і ваше суспільство буде загнаним конем, який біжить не знаючи куди і хтозна-коли зупиниться. Дозована й запланована інформація дозволяє керувати суспільством без соціальних стресів і вибухів. Але при цьому, певно, назавжди до кінця не вирішеним залишиться питання вимірювання інформації в соціальній системі. Як точно виміряти обсяг доцільної інформації? Скільки потрібно інформації для рівноваги в системі?

Якщо текст розглядати як частинку інформаційної системи, це означає, що в ньому можна виділити властивості системи, а системні властивості

вважати такими, які формуються з властивостей конкретних її репрезентантів. У той же час, маючи ізоморфні особливості, текст повинен бути наділений і специфічними властивостями, якими не наділена система в цілому та інші репрезентанти системи.

У тексті існують спеціальні текстові засоби для вираження інформації. Сюди варто віднести шрифтові виділення, додаткові графічні засоби оформлення тексту, композиційні вирішення на рівні графічно-знакового оформлення тексту тощо. Так, нове і дане у тексті може бути розподілене між (врізом до тексту й основним текстовим блоком).

Текст як предмет перцепції

Текстотворення завжди спрямоване на читача. Адресація матеріалу - чи не найважливіший момент авторської праці.

Незважаючи на таку важливість врахування моменту читацького сприймання, все ж не можна сказати, що це питання науково розв'язане і можна дати однозначні й аксіоматичні поради щодо організації тексту з позиції адресата. Теорія сприймання й розуміння висловлювань більшою мірою гіпотетична галузь, ніж науково виважена практична сфера застосування результатів досліджень. Але ми ніяк не можемо обійти цієї теорії, оскільки вона в загальних рисах зачіпає авторську працю, а автор повинен враховувати досягнення в цій сфері та свій досвід під час написання текстів із орієнтацією на адресата.

Першим і найбільш аксіоматичним положенням теорії сприймання й розуміння висловлювань, яке має бути взяте на озброєння автором, - є закон Гумбольдта-Потебні про об'єктивність суб'єктивізму читацького розуміння тексту. "Здається, ніби думка в мові переходить повністю або частково до того, хто слухає, хоч від цього не зменшується розумової власності мовця, як полум'я свічки не зменшується від того, що вона очевидно ділиться ним із сотнею інших, - писав О. О. Потебня, цитуючи В. Гумбольдта. - Але як в дійсності полум'я свічки не подрібнюється, тому що в кожній із палаючих свічок загораються свої гази, так і мова тільки збуджує розумову діяльність того, хто розуміє, який, розуміючи, думає своєю власною думкою. "Люди, - говорить Гумбольдт, - розуміють один одного не таким чином, що справді передають один одному знаки предметів... і не через те, що взаємно змушують себе створювати одне й те ж поняття, а через те, що зачіпають один в одному ту ж ланку ланцюга чуттєвих уявлень і понять, торкаються до тієї ж клавіші свого духовного інструмента, через що в кожному виникають відповідні, але не ті ж поняття"". І далі: "Розуміння іншого відбудеться від розуміння самого себе" [18]. У цьому визначенні процесу розуміння криється об'єктивний факт суб'єктивізму людського розуміння, оскільки кожен думає своєю власною думкою. Таким чином, процес розуміння не є пасивним відтворенням почутого, "це акт конструювання більшою мірою, ніж рецепції. Мовний вплив стає можливим лише при певній творчій діяльності адресата.

Суб'єктивізм розуміння має під собою й психофізіологічну основу, оскільки сприймання як психофізіологічний процес залежить насамперед від особливостей сенсорної системи, тобто системи, яка сприймає.

Зважаючи на закон Гумбольдта-Потебні автор має зробити принаймні такий висновок: тексти повинні бути написані так, щоб можна було уникнути зайвого суб'єктивізму читацького розуміння, щоб у структурі тексту не було елементів, які посилюють цей суб'єктивізм.

Таким чином, висновок автора передбачає усвідомлення основних правил, принципів читацького сприймання й розуміння, а також можливість керувати процесом читацького розуміння. Ці завдання впливають із основних положень про роль текстів у суспільстві. "У нашому випадку (під час читання, слухання),- пише М. Д. Феллер, - кінцевий результат процесу, або його продукт, - це зміни в свідомості читача; доцільна діяльність адресата - сприймання повідомлення, що вимагає доцільної волі, яка виражається в увазі, котра тим більше необхідна, коли повідомлення меншою мірою захоплює своїм змістом і способом сприймання..."[20].

Висновок також стосується типів масових реакцій на текст при регульованій організованій структурі тексту. В цілому виділяється три типи масових реакцій.

По-перше, реакції виконання - тобто дії інститутів, закладів, установ, груп і окремих осіб, які безпосередньо беруть участь у подіях.

По-друге, реакції втягнення - тобто дії необмеженої, кількості людей, які не є безпосередніми учасниками подій, але судять про них із точки зору своїх інтересів і свого розуміння інтересів, культурних традицій і моральних основ суспільства. Кожна окремо взята реакція другого типу не має суттєвого значення. Але вона здатна викликати резонанс у суспільній думці. Тому в потенції інтегрована енергія реакцій втягування величезна.

По-третє, реакції соціальної гарантії - тобто дії керівних інстанцій, інститутів, організованих соціальних груп або уповноважених осіб. Реакції третього типу не обов'язково стають діями. Часто буває достатньо і їх потенційної сили[21].

Виходячи з цих соціальних функцій, які мають виконувати тексти, автор й має підпорядковувати всю типологічну структуру тексту цим функціям, стежачи за адекватною реакцією адресата на ці функції.

Сприймання тексту є керований автором процес продукування його адресатом. Цей процес включає сенсорні процеси (відчуття), перцепцію (пізнавання), рецепцію (розуміння). Сенсорні процеси - це фізіологічні процеси отримання інформації з навколишнього середовища, які залежать від стану організму й сенсорної системи. У контексті масової комунікації ці процеси мають важливе значення, оскільки вони залежать як від організації комунікативного процесу, так і від стану аудиторії, що сприймає повідомлення. Перцепція у сфері комунікації - процес, що тісно пов'язаний із розумінням і більшою мірою залежить від пам'яті, перцептивного досвіду аудиторії, її уваги. Це уміння реципієнта зосередитися, взяти ту інформацію, яка йому потрібна (селекція інформації). Розуміння - певним чином організований процес включення сприйнятого факту чи фактів у поняттєву систему адресата. Необхідно зауважити, що сприймання серед дорослих становить близько 61% комунікативної активності. Разом із тим цей процес

дуже складний і неоднозначний. По суті, будь-яка взаємодія - це здатність розуміти, що інші кажуть. Багато людей є поганими реципієнтами через погану силу концентрування уваги, егоцентризм або погану словесну пам'ять. Крім цих психофізіологічних причин поганого розуміння можна виділити принаймні дві групи причин, пов'язані з процесом сприймання і безпосередньо з процесом розуміння.

Серед причин, що порушують процес відчуття, а відтак і розуміння тексту, можна назвати невдалу організацію процесу сприймання: розірваність у часі й просторі процесу сприймання; швидкий темп читання; далеке розташування тексту; негативну соціальну оцінку автора тощо; побічні перешкоди - гамір, крик; поганий психофізіологічний стан адресата - втома, роздратованість тощо; перешкоди, пов'язані з невдалим оформленням тексту: надмірна кількість ілюстрацій, погано побудований і розташований текст, правописні помилки тощо.

Природною основою сприймання реципієнта є синтетичність цього процесу. Це означає, що робота, спрямована на "отримання" тексту, є єдиною, внутрішньо неподільною. А це в свою чергу є причиною неадекватного розуміння тексту. Синтетизм сприймання проявляється в тому, що реципієнт відносно одночасно змушений сприймати текст на різних рівнях його побудови. Так, читання тексту за два заходи - спочатку, наприклад, сприйняти й зрозуміти усі слова, а потім, з найменшим проміжком у часі, сприйняти й зрозуміти образну систему - є аналітичним, фаховим читанням; воно спрямоване на якнайбільш точне розуміння тексту. Синтетичність сприймання також означає й те, що процес сприймання природно включається в структуру єдиної предметної діяльності реципієнта, а процес розуміння підпорядкований спільним факторам діяльності. Ця природна особливість процесу сприймання має бути взята до уваги, оскільки автор завжди повинен бути на сторожі адекватного розуміння тексту, а синтетизм сприймання природно порушує адекватність і особливо тоді, коли текст як цілісність побудований не за правилами допустимого синтетичного сприймання. А до цих правил слід віднести: правило про допустиму довжину фраз, мінімальну величину часової розбіжності, правило про нормативне лінгвістичне й правописне забезпечення тексту, про допустимість "шумів" у тексті, про логічне розгортання змісту на основі однієї теми (тематичну перспективу, "авторську гіпотезу"), про стереотипність змісту й форми тексту.

Фрази у тексті мають бути максимально короткими.

Відомо, що сприймання тексту характеризується фіксаційними зупинками зору і переносом зору - рухом очей, що забезпечує перехід від однієї частини тексту до іншої. Так, Р. Г. Іванченко наводить результати досліджень у цій сфері: сприймання рядка довжиною 8,3 см супроводжується в середньому рухами з п'ятьма паузами, рядка у 12,2 см - сімома паузами. Читач засвоює текст тільки в момент фіксації зору. Залежність між довжиною фрази та її розумінням очевидна. Чим довша фраза, більше пауз, тим довшим і більш дискретним у часі й просторі є процес розуміння.

Часто прочитання довгої фрази перетворюється в аналітичне її сприймання (це стосується переважно наукового читання, оскільки читач відповідає за точність розуміння тексту): спочатку читач пословесно дістається до кінця фрази, а потім перечитує її, щоб цілісно зрозуміти. Але аналітичне читання - це кращий вихід у плані адекватного розуміння. Гірше, коли читач синтетичне сприймає фразу, обминаючи деякі слова і відразу цілісно сприймаючи фразу (це найчастіше й трапляється з газетно-журнальними матеріалами, оскільки читач не несе відповідальності за точність розуміння прочитаного). Результат розуміння від такого сприймання може бути непередбаченим. Отже, щоб уникнути при цьому неадекватного розуміння, необхідно скоротити фразу або розчленувати її на кілька Менших фраз.

Крім того, необхідно зважати на особливості сприймання фрази в момент фіксації зору. Читач вловлює якісь літери й асоціативно відновлює інші. Такий механізм сприймання можливий завдяки існуванню внутрішньої, генотипової мови у вигляді предметно-схемного коду. Цей код виникає тоді, коли розгорнутий словесний комплекс стає стереотипним. Асоціативне відтворення розгорнутих словесних комплексів має суб'єктивну основу, що теж є причиною суб'єктивності розуміння тексту.

Ці дані про специфіку читацького сприймання на рівні відчуття можуть бути лише взяті автором до уваги як факт, що свідчить про причини суб'єктивізму розуміння тексту. Необхідно сказати, що така робота механізмів сприймання властива не тільки зоровому сприйманню, а й будь-якому, оскільки при цьому "реалізується один із найважливіших механізмів переробки інформації, діючих у нервовій системі,- вмикається так зване латеральне, або бокове, гальмування"[22].

Між розумінням елементів фрази і розумінням фрази в цілому має бути мінімальна часова розбіжність.

Необхідно зазначити, що асоціативне домислювання під час сприймання тексту особливо проявляє себе при великій часовій розбіжності між сенсорними процесами й розумінням. Чим довша фраза, тим пізніше настає процес її розуміння за тієї умови, що сприймається кожен її елемент.

Під час сприймання зір і слух поспішають за думкою. Бажання не відстати від думки змушує сприймача швидко вловлювати зором чи слухом основні елементи повідомлення, домислюючи неосновні, що стає причиною суб'єктивізму розуміння. "Залежно від величини розбіжності можна говорити про міру доступності тексту. Саме від часової розбіжності залежить те, як швидко читач може виділити в тексті смислові елементи та, зрозумівши їх, переходити до інших. Причому процес виділення та пізнавання смислових складників та їх зв'язків, зокрема невимушеність такого виділення, відіграє велику роль при розумінні" [23]. Завдання автора при цьому - "полегшити" текст у пошуках цих складників розуміння.

Мова твору і правопис тексту мають бути нормативними, літературними.

До правил, недотримання яких ускладнює процес розуміння тексту, належить і правило допустимого лінгвістичного й правописного забезпечення тексту. Правильному розумінню допомагає системність, нормативність мовних засобів. Слово, вжите не в тому значенні, стає джерелом побічної теми, змінює хід думки читача. Правописні помилки у тексті заважають сприйманню, збільшують часову розбіжність між перцепцією і рецепцією тексту, що є причиною виникнення підтекстів, побічних тем тощо

Кожне слово, кожна фраза, надфразна єдність повинні виражати тему тексту або бути тематично зумовленими. А тематичні елементи створюють "шум" у тексті та є причиною його неадекватного розуміння.

У цьому плані кожен наступний елемент тексту має бути тематично прогнозованим, а кожен попередній елемент - мати тематичну перспективу.

Якщо текст має заголовок "Чекати недовго", то можна спрогнозувати, що текст буде повідомленням про те, ЩО ж чекати недовго. Згідно зі змістом тексту, можна зробити висновок, що чекати недовго весняно-польових робіт, хоч у тексті, власне, мова про це й не йде. Таким чином, текст по відношенню до заголовка є атематичним, тобто "шумом", серед якого лише пробиваються тематичні елементи у вигляді словосполучення "весняно-польові роботи", яким закінчується текст. По відношенню до заголовка "З історії України" "шумом" є перша фраза "Наше підприємство уклало договір з дискусійним міським клубом на надання цілого комплексу інформаційних послуг та культурно-просвітніх заходів, спрямованих на задоволення побажань трудівників об'єднання". "Шумовий" ефект створюють вставні слова "сказати б", "до речі" у тексті про новий хліб, який виводить радіонукліди, оскільки вони, по-перше, створюють ефект неправдоподібності факту у рубриці "Що нового?", по-друге, створюють зайве негативне емоційне поле навколо факту випікання нового хліба.

Кожен текст повинен мати тематично-логічний ланцюг фактів (тематичний патерн), компоненти якого є основними інтегруючими зміст елементами розуміння.

Логічно допустиме розгортання змісту на основі однієї теми позначене тематичною перспективою кожного інтегруючого зміст елемента, що допомагає швидко зрозуміти весь текст. Так, в інтерв'ю такими елементами можуть бути запитання автора до співбесідника. Якщо запитання тематично не об'єднані й логічно не пов'язані, то такими ж будуть і відповіді. А в цілому весь текст інтерв'ю буде тематично аморфним і наповненим зайвим інформаційним "шумом".

Зміст фрази (на рівні слововживання, лексичної сполучуваності, граматики) і форма твору (його архітектоніка, графічно-шрифтове оформлення) мають бути більшою мірою стереотипними.

Незвичні для читача конструкції, насиченість тексту словами в переносному значенні, нестандартне оформлення тексту ускладнюють процес розуміння, роблять його багатозначним. Для текстів надмірний відступ від звичного, стереотипного у змісті й формі - небажаний.

До причин, що безпосередньо порушують процес пізнання й розуміння, належать також (1) специфічна робота механізму рецепції (розуміння) сприймача; (2) різний емоційний досвід автора й реципієнта; (3) різна діяльнісна основа продукування й розуміння тексту.

Автор орієнтується на певного читача, на його смаки й уподобання, його інтелектуальний рівень. Ця установка автора на сприймача певного інтелектуального рівня й певного соціального прошарку є важливою установкою, оскільки вона пов'язана безпосередньо з роботою рецептивного механізму (пам'яттю, увагою, асоціаціями, волею, рівнем розвитку свідомості й мови, мислення тощо).

Автор під час написання тексту повинен мати психологічну установку на певне коло читачів для того, щоб відчувати й зафіксувати у тексті ті місця, які не відповідають інтелектуальному читацькому рівню.

Процес розуміння порушує й неоднаковий асоціативний механізм реципієнтів, через що виникає неявна предикація, тобто побічні теми. Необхідно звертати особливу увагу на синтаксичну організацію фрази, оскільки найчастіше на рівні підрядних речень, відокремлених членів речень, вставних і вставлених конструкцій виникає неявна предикація. Тому небажаним є таке розташування фраз, коли наступна, фраза розвиває зміст підрядної чи вставленої конструкції попередньої фрази. Це явна екстеріоризація тематичного відхилення, це прямий доказ "спрацювання" неявної предикації ще на етапі авторського продукування тексту. Безперечно, читач легко підтримає таке сповзання автора на побічну тему і сам доміслить розвиток неявної теми, що вплине на розуміння тексту в цілому.

(2) Причиною неадекватного розуміння й неадекватних читацьких реакцій може бути неврахування соціального емоційного досвіду аудиторії. "...Прийоми передачі почуттів, думок, настроїв і переконань ефективні, доки вони(ізоморфні (подібні, співвідносні) способам мислення читача, розгортаються в формах, адекватних його власним уявленням, і не суперечать його досвіду" [24]. Якщо без достатньої авторської мудрості й аргументованості про одіозну особу говорити гарні слова, то автор лише вступить в соціальний конфлікт із читачем і не матиме впливу на аудиторію. Переконавання "в лоб" - це не кращий прийом. Ламати соціальний емоційний стереотип треба поступово, розумно, обережно.

(3) Найбільш прихованою для аналізу причиною порушення розуміння тексту є невідповідність мотиваційно-цільової сфери автора мотиваційно-цільовій сфері читача. Для автора текст завжди є засобом впливу на аудиторію, для читача - матеріалом, на основі якого може бути прийняте рішення. Для автора текст є результатом знакової діяльності, продуктом його розумової праці; для читача ж він стає лише сировинним проміжним матеріалом, що буде використаний під час досягнення певної читацької мети. І як засіб впливу, і як матеріал для прийняття певного рішення текст завжди включений в систему мотивацій, цілей, смислів і ними зумовлений. Тобто текст завжди має діяльнісну змістову структуру. Ідеальним варіантом є та ситуація, коли мотиваційно-цільова сфера читача збігається з мотиваційно-

цільовою сферою автора. Такий збіг буде запорукою адекватного розуміння тексту читачем. Але часто читач шукає в тексті те, що потрібне йому, а не те, на що хотів звернути увагу автор. Читач шукає у тексті відповіді на свої запитання, яких і не міг передбачити автор. Все це створює основу для виділення у тексті певного змісту як основного, який не був важливим для автора і не формував його головну тему. Безперечно, автор не може передбачити, в яку систему мотивів, цілей, смислів буде включений читачем текст. Але автор повинен все-таки прогнозувати можливі реакції аудиторії на текст, подумки включаючи його в різні мотиваційно-цільові системи, з метою уникнути небажаних інтерпретацій змісту читачем.

На закінчення нашого короткого нарису про тені г хочемо відзначити, що в основі викладених теоретичних міркувань лежить принципове розмежування твору й тексту. На наше глибоке переконання, наука про текст пішла шляхом майже ототожнення цих двох понять. Якщо ж узяти науку про текст у чистому вигляді, то, на жаль, вона ще цілісно не існує; сьогодні більшою мірою можна говорити про існування науки про твір.

Література:

1. З приводу розмежування термінів "твір" і "текст " у 1965 році на сторінках журналу "Русская литература" відбулася дискусія (див.: *Бухштаб Б.* Что же такое текстология? // Рус. литература. - 1965. - № 1. - С. 65-75; *Лихачев Д.С.* По поводу статьи Б. Я.Бухштаба // Рус.литература. - 1965 - № 1. - С. 76-89; *Прохоров Е.* Предмет, метод и объем текстологии как науки // Рус. литература. - 1965. - № 3. - С. 146 -150.
2. *Прохоров Є.* Названа праця. - С. 148.
3. Див., наприклад: *Феллер М. Д., Квітко І. С., Шевченко М. Г.* Довідник коректора. - Харків, 1972.
4. Социальная практика и журналистский текст /Под ред Я. Н. Засурского, Е. И. Пронина. - М., 1990. - С. 41.
5. *Феллер М. Д.* Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования.- Львов, 1978. - С. 5.
6. Ці функції розглядаємо за Феллером М. Д. (Назв, на праця. С. 36).
7. Риторика Аристотеля. - Спб., 1850. - С. 5.
8. Не слід змішувати поняття "жанри творів" і "текстові жанри". Останні ще не вивчені, оскільки не досліджені графічно-знакові типи текстів.
9. Локутивний - пов'язаний із потребами комунікації , спрямований на спілкування.
10. *Леонтьев А. А.* Язык, речь, речевая деятельность. - М., 1969. - С. 27.
11. *Жинкин Н.* Механизмы речи. - М., 1958. - С. 54.
12. *Кубрякова Е. С.* Номинативный аспект речевой деятельности. - М., 1986. - С. 113; *Жинкин Н. И.* Названа праця. -С. 143.
13. *Лурия А.Р.* Язык и сознание. - М., 1979. - С. 191.
14. *Іванченко Р. Г.* Літературне редагування. - К., 1983. С.11.

15.Кубрякова О.С. Названа праця. - С. 114.

16. Традиційно в рамках логіко-граматичного учення про діалектичну єдність мови й мислення думка розглядалася тільки в формі судження, що має двоелементну структуру, паралельну двоелементній структурі речення. Між судженням і реченням існує структурний паралелізм, який обмежує проблему вираження думки мовною комбінаторикою елементів структури. Як вважає О. О. Леонтьєв, "саме формулювання про "нерозривний зв'язок" мови і мислення беззмістовне, оскільки недостатньо говорити просто про зв'язок мови і мислення, хоч і нерозривний. Людське мислення тільки опосередковане мовою та знаковими системами (Леонтьєв А. А. Психолінгвістические единицы и порождение речевого высказывания. М., 1969. С. 154-155). Це значить, що між думкою і реченням немає структурного паралелізму і що структура думки, її змістовий обсяг лиш опосередковані мовою і повністю нею не виражаються.

17.Чуприкова Н. И. Психика и сознание как функция мозга. - М, 1985. - С. 86.

18.Потебня А. А. Полное собрание. - Т. 1. Мысль и язык. - Одесса, 1922. - XXIX. - С. 112.

19. Rivers Wilga M. Speaking in Many Tongues. Essays in foreign language teaching. – Cambridge University Press, 1983. - С. 80.

20. Феллер М. Д. Названа праця. - С. 14.

21. Социальная практика и журналистский текст. - С. 44.

22. Вартанян И.А., Цирульников Е.М. Коснуться невидимого, услышать неслышимое. - Л., 1985. - С. 26-27. І далі там же: "Функцією цього гальмування є обмеження рецептивного поля. Обмеження рецептивного поля досягається за рахунок пригнічення активності рецепторно-нервових елементів, розташованих у периферійних (бічних) зонах відносно максимально стимульованого подразником рецептора". При цьому відчуття загальмованих частин подразника здійснюється на основі асоціативних зв'язків і тих елементів перцептивного досвіду, які зберігаються в пам'яті.

23.Іванченко Р. Г. Названа праця. - С. 29.

24. Социальная практика и журналистский текст. - С. 45.

© Інститут журналістики. Усі права застережені. Посилання на матеріали цього видання під час їх цитування обов'язкові

<http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=138>