

ТЕКСТ ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ: КОММУНИКАТИВНАЯ ЗАДАЧА В ПРИКЛАДНОМ АСПЕКТЕ

Разными авторами выделяется более шестидесяти разных по характеру и частоте коммуникативных задач во всех видах речевой деятельности. В некоторых исследованиях даже делается попытка классифицировать все коммуникативные задачи, определить наиболее частотные из них (Ревтова, Артемов, Кодомцев, Хараева). Большинство этих задач анализируется для продуктивных видов речевой деятельности, однако подчеркивается, что каждая КЗ в продуктивной речи предполагает реакцию в рецептивных видах речевой деятельности. Было установлено, что все многообразие КЗ в продукции коррелирует с двумя основными задачами в рецепции: «понять для себя» и «понять и передать другому».

В работе с текстом по специальности целесообразно обучать задаче как «понять для себя», так и задаче «понять и передать другому». Оптимальное решение этой проблемы предлагает С.А. Вишнякова в рамках концепции структурно-смыслового анализа текста.

Она предлагает процесс понимания того, как реализуется КЗ в тексте, разделить на четыре стадии:

Первая стадия – ориентировка в условиях КЗ, которая начинается с гипотезы о теме текста. Для этого выявляется предмет речи (первый шаг ориентировки). Далее осуществляется ориентировка в цели КЗ (второй шаг ориентировки).

Вторая стадия – планирование процесса решения КЗ. Она состоит в том, что субъект должен представить этапы деятельности того, как реализуется КЗ.

Третья стадия – реализация процесса решения КЗ. Процесс решения КЗ включает в себя, согласно концепции С.А. Вишняковой, следующие речевые действия: 1. Определение микротем, в которых решается КЗ; 2. Выявление новой информации микротем, отражающей решение КЗ – ее расшифровку.

Четвертая стадия решения КЗ – *контроль* эффективности решения КЗ. Она заключается в проверке правильности выявления КЗ, что напрямую связано с правильностью понимания смысла текста. Для того чтобы осуществить контроль, автор предлагает построить элементарную модель текста. Такая модель представляет собой иерархию ядерных внутритекстовых связей, смысловым фокусом которой является КЗ.

Соглашаясь в принципе с автором концепции структурно-смыслового анализа текста, предлагаем свое представление, как происходит понимание и осмысление коммуникативной задачи. Уточнение касается трех первых стадий процесса решения КЗ – ориентировки, планирования и реализации.

Вне зависимости от способа определения коммуникативной задачи текста, общий ход рассуждений, как нам представляется, должен быть

таким:устанавливаются «смысловые вехи» текста по ключевым словам, далее происходит ориентировка в пространстве текста по микротемам, далее обобщается предметное содержание текста путем его категоризации, т.е. явление, объект, процесс и т.п. подводится под определенную рубрику опыта.

Проанализируем с этой точки зрения первый абзац текста «Пигментообразующие бактерии»:

Колонии (скопления клеток бактерий) пигментообразующих микробов на плотных средах окрашиваются в красный (Serratia marscents, актиномицеты, дрожжи), розовый (розовый микрококк), золотистый (золотистый стафилококк), белый (белый стафилококк), фиолетовый (хромобактер фиолетовый), черный и бурый (дрожжи и грибы), желтый или оранжевый (микробактерии туберкулеза) и другие цвета. Некоторые микроорганизмы вырабатывают по два пигмента и более. Так, колонии сарацин окрашиваются в желтый, лимонный, золотистый цвет.

Образование пигментов происходит при хорошем доступе кислорода, температуре 20 – 25 градусов и у большинства видов при рассеянном солнечном свете.

Пигменты подразделяются на растворимые в воде(например, бактерии сине-зеленого молока), растворимые в спирте и нерастворимые в воде и спирте(азотобактер, черные и бурые пигменты дрожжей и плесени),а также на хромопарные(поступающие во внешнюю среду) и хромофорные(находящиеся в цитоплазме, вакуолях и оболочке).

Пигментообразование у микробов имеет определенное физиологическое значение. Возможно, пигменты выполняют в процессах дыхания функцию акцептора водорода, обеспечивают защиту от природной ультрафиолетовой радиации, участвуют в реакциях синтеза, а также обладают антибиотическим действием.

Обобщенно предметное содержание можно выразить так: *колонии пигментообразующих микробов на плотных средах окрашиваются в разные цвета: красный, желтый и т. д.* Значит, первая, простейшая, элементарная категоризация – ЦВЕТ. Однако обратимся к тексту – *...на плотных средах окрашиваются...* Следовательно, цвет – это не изначальное качество микробов, а результат изменения условий существования бактерий или определенных манипуляций с ними. Следующим шагом может стать слово "окрашивание". И этого было бы достаточно в пределах микротекста без учета пространства всего текста. Результатом подобной категоризации других смысловых частей этого текста стали смысловые категории "условия", "классификация", "физиологическое значение". Закономерен вывод, что слово "окрашивание" диссонирует с остальными категориями – "условия", "классификация", "значение". Семантический объем слова "окрашивание" не соответствует этому уровню категоризации. Следующий шаг: подведение слов "цвет", "окрашивание" под категорию более высокого уровня обобщения. Такую роль может выполнить слово "свойства". Следовательно, *окрашивание пигментообразующих микробов на плотных средах в разные цвета* является их неотъемлемым свойством.

Определить КЗ текста невозможно без его темы. Тема и коммуникативная задача текста составляют диалектическое единство и не могут существовать друг без друга. Тема – это предмет или явление, которое рассматриваются в тексте. Часто слово, обозначающее тему в тексте, повторяется. Его называют *слово-тема*. Обычно тему обозначают существительным, в тексте оно может встречаться в различных падежах. *Слово-тема* может заменяться

местоимением или синонимичным выражением. Чаще всего тема обозначается: а) в первом предложении; б) во втором предложении. Например:

а) *Рынок в широком смысле слова представляет собой сферу товарного обращения, всю совокупность экономических отношений по поводу купли и продажи товаров. Для рынка в целом характерна богатая и сложная структура. Его классифицируют по различным признакам и критериям.*

Тема текста – рынок. Слово-тема повторяется дважды в именительном и родительном падежах и заменяется местоимением в последнем предложении. Тема текста обозначена в первом предложении.

б) *Чтобы изготовить, например, рубашку, нужно сначала вырастить хлопок, затем из этого хлопка сделать пряжу, из пряжи – ткань, из ткани сшить рубашку. Хлопок, пряжа и ткань – это не конечные, а промежуточные продукты. Промежуточные продукты идут на дальнейшую переработку в качестве сырья или полуфабрикатов, на перепродажу. Промежуточным продуктом могут быть и услуги.*

Тема текста – промежуточный продукт. Слово-тема повторяется три раза в различных падежах. Тема текста обозначена во втором предложении.

Любой текст, как уже говорилось, имеет определенную тему. Однако любую тему можно рассмотреть с разных сторон в зависимости от задачи общения, которую ставит автор. Например, текст о *собственности* можно построить по-разному. Он может содержать только общее понятие о собственности, в нем можно рассказать о формах собственности, можно объяснить, чем различаются формы собственности в разные периоды развития общества, а также рассмотреть это понятие в юридическом аспекте. Таким образом, на одну и ту же тему можно создать разные тексты. Это объясняется тем, что текст развивается в зависимости от коммуникативной задачи. Коммуникативная задача текста – это задача, которую ставит автор перед собой и читателем и для раскрытия которой создается текст. Коммуникативная задача может обозначаться автором эксплицитно, т.е. может быть открыто выражена в одном из предложений текста, чаще всего в первом. В этом случае затруднения в определении КЗТ не происходит. Это первый способ определения коммуникативной задачи текста. Например:

В процессе реформирования экономики Казахстан использовал опыт разных стран. До 1998 года Казахстан шел по англосаксонскому варианту. Для англосаксонского либерального общества характерны индивидуализм, ограниченная роль государства, акцент на макроэкономику. Однако после 1998 года страна перестала придерживаться какой либо конкретной модели смешанной экономики, используя в своем развитии положительный опыт и лучшие достижения всех цивилизаций, доказавших свою эффективность.

Тема приведенного текста – *реформирование экономики Казахстана*. Коммуникативная задача текста – *использование опыта разных стран*. Она отражена в первом предложении. Первый способ определения КЗТ(1) – «по ключевому предложению». Способ формулирования коммуникативной задачи – образование от глагола, с помощью которого выражено сказуемое, существительного: *Казахстан использовал опыт разных стран - использование опыта разных стран*.

В границах первого способа определения коммуникативной задачи – «по ключевому предложению» могут быть варианты формулирования коммуникативной задачи. Например:

Экономическая информация нужна каждому человеку, чтобы правильно и быстро решать в домашнем хозяйстве и на работе. Экономическая информация нужна каждой фирме, каждому заводу, каждому банку. Экономическая информация нужна каждому государству, чтобы быстро и эффективно решать экономические проблемы своей страны и международные экономические проблемы.

Тема текста – *экономическая информация*. Коммуникативная задача – необходимость экономической информации. В данном тексте коммуникативная задача повторяется в каждом предложении. Способ формулирования КЗТ – образование от предикатива «*нужен (необходим)*» существительного с таким же лексическим значением – *необходимость*.

Второй способ определения коммуникативной задачи текста применяется тогда, когда коммуникативная задача не отражена в конкретном предложении, но подразумевается. В таком случае надо определить предмет описания, выявить особенности его характеристики (со стороны строения, состава, роли, значения, свойств и т.п.) и только после этого сделать вывод о коммуникативной задаче. Например:

Центральный банк чаще всего является собственностью государства. Осуществляя свою деятельность на макроуровне, он отражает общенациональный интерес, проводит политику не в интересах того или иного региона, той или иной группы отраслей народного хозяйства, а в интересах государства в целом. В качестве банкира правительства центральный банк выступает его кассиром и кредитором, в нем открыты счета правительства и правительственных ведомств. ЦБ, как правило, осуществляет кассовое исполнение государственного бюджета. При этом центральный банк не ставит своей задачей получение прибыли.

Тема приведенного текста – *центральный банк*. В тексте нет предложения, которое бы обобщало информацию, резюмировало бы ее. Каждое предложение текста раскрывает какую-нибудь грань деятельности центрального банка. Следовательно, коммуникативная задача (КЗТ) текста подразумевается – *роль (значение) центрального банка в стране*. Способ определения коммуникативной задачи(2) – анализ смыслового содержания текста, его обобщение, т.е. категоризация (сведение всего смыслового содержания к одному слову или словосочетанию).

Рассмотрим логику определения универсальных КЗ, встречающихся в текстах любой специальности: *понятие о предмете; строение, состав или структура предмета; черты, признаки, свойства предмета; функция, роль, назначение предмета; классификация предметов; воздействие, влияние предмета, явления, предмет, явление как фактор*. К сожалению, в рамках одной статьи невозможно подробно описать пути определения всех указанных коммуникативных задач. Остановимся только на некоторых из них.

1. Если в тексте дается самое общее представление о предмете, явлении (как правило, это предложения со значением общей, квалификативной или терминологической характеристики), то его коммуникативная задача – дать определение термина или дать понятие о предмете, явлении. Разграничение словосочетаний «определение термина» и «понятие о предмете, явлении» связано с соотношением объекта описания с другим объектом, с помощью которого объясняется значение исходного объекта. При определении значения термина оба объекта находятся в отношениях тождества. Например:

1) *Человек, который занимается производственной деятельностью, называется производителем. «Человек» и «Производитель» - равноправные, тождественные понятия.*

КЗТ – дать определение термина «производитель».

При определении понятия о предмете или явлении оба объекта находятся в классифицирующих отношениях: понятие более узкого объема определяется через понятие более широкого объема. Например:

1) *Человек – явление и биологическое и социальное, он часть природы и часть общества. Понятие человек – более узкое – определяется через более широкое по значению понятие – явление (биологическое, социальное), так как человек не единственное биологическое и не единственное социальное явление, он явление среди других явлений.* КЗТ – дать понятие о человеке как части природы и общества.

2. Так, если в тексте рассматривается, из каких частей состоит предмет, то его коммуникативная задача – показать строение, структуру или состав предмета. В научной речи слово состав – *совокупность каких-либо элементов*, входящих в качестве образующих частей в какое-либо химическое соединение – преимущественно используется, когда говорится о химическом веществе: *состав воды, состав кости*. Иногда может использоваться в экономических дисциплинах, например, *состав государственных финансов*. Слово строение – *взаимное расположение частей, частиц в составе чего-либо, устройство чего-либо: строение атома, строение глаза, строение скелета* – используется в том случае, когда речь об автономных частях целого, которые в свою очередь могут иметь сложное устройство. Это могут быть технические или биологические объекты. Чаще всего это слово используется по отношению к физически осязаемым объектам. Слово структура – *взаиморасположение и связь составных частей* чего-либо, устройство, организация – используется, когда необходимо подчеркнуть не только отдельные части, но и их тесную взаимосвязь. Может употребляться по отношению технических, биологических и социально-экономических объектов. Например:

1) *Общественное производство делится на два подразделения. 1-е подразделение включает отрасли и предприятия, производящие средства производства. 2-е подразделение охватывает отрасли и предприятия, производящие предметы потребления.*

В этом тексте рассказывается об общественном производстве. Тема текста – *общественное производство*. В нем рассматривается, из каких именно частей оно состоит. Кроме того, общественное производство относится к социальной сфере. Следовательно, КЗТ текста – *рассмотреть структуру общественного производства*.

2) *В государственных финансах выделяются обособленные звенья, каждое из которых выполняет специфическое назначение. Такими звеньями государственных финансов являются: государственный бюджет, внебюджетные фонды, государственный кредит, финансы государственных предприятий и организаций.*

Тема данного текста – *государственные финансы*. В тексте говорится, из каких звеньев они состоят. По отношению к экономическому тексту допустимо использовать слово *состав*. Следовательно, коммуникативную задачу можно сформулировать как *состав государственных финансов*.

3. Функция, роль, назначение предмета, явления. Например:

1) На рынке с помощью денег происходит учет труда, затраченного на производство и реализацию товара. Стоимость различных товаров соизмеряется в деньгах, приобретает цену.

Тема текста – деньги. Коммуникативная задача – функция денег.

2) Коммерческие банки осуществляют мобилизацию временно свободных денежных средств и превращают их в капитал. Кроме того, они производят кредитование предприятий, государства и населения. В их задачи входит также выпуск кредитных денег и расчетно-кассовое обслуживание клиентов.

Тема текста – коммерческие банки. Коммуникативная задача – роль коммерческих банков.

3) Особое место в современной рыночной экономике занимают специализированные кредитно-финансовые институты, такие как пенсионные фонды, страховые компании, инвестиционные банки, ипотечные банки, ссудно-сберегательные ассоциации. Эти институты могут аккумулировать огромные денежные ресурсы и благодаря этому участвовать в процессе накопления и эффективного размещения капитала.

Тема текста – специализированные кредитно-финансовые институты. Коммуникативная задача – назначение специализированных кредитно-финансовых институтов.

5. Классификация предметов, явлений – ряд (множество) предметов, явлений распределяются по группам, разрядам, классам, типам и т.д. или какой-либо предмет, явление отнесен к группе, классу, разряду и т.п. Например:

1) Экономисты различают четыре довольно несхожих рыночных модели: чистую конкуренцию, чистую монополию, монополистическую конкуренцию и олигополию. Основные дифференциальные признаки моделей рынка можно сформулировать следующим образом: число фирм, производящих данный товар; условия вступления в отрасль; контроль над ценой; неценовая конкуренция; качество продукции.

Тема текста – модели рынка. Коммуникативная задача – классификация рынков по моделям.

2) Фирмы осуществляют разные виды хозяйственной деятельности. По видам хозяйственной деятельности фирмы делятся на производственные, торговые, торгово-посреднические, лизинговые, консультационные, аудиторские, венчурные.

Тема текста – фирмы. Коммуникативная задача – классификация фирм по видам хозяйственной деятельности.

Таким образом, в прикладном аспекте можно говорить о двух способах определения коммуникативной задачи текста:

1) Определение КЗТ по ключевому предложению, в котором КЗТ выражена эксплицитно.

2) Определение КЗТ с помощью анализа смыслового содержания текста, его обобщения, т.е. путем категоризации (сведения всего смыслового содержания к одному слову или словосочетанию).

Литература:

1 Вишнякова С.А. Теоретические основы обучения моделированию научного текста. СПб, 2001.

2 Вишнякова С.А. Смысл и форма научного текста. СПб, 1999.

3 Дроздова Т.А. Психологический анализ зависимости процесса понимания от коммуникативной задачи: Дисс. ... канд. псих. наук. – М., 1986.

4 Зимняя И.А. Психология обучения неродному языку. М, 1989.

5 Чекина Е.Б., Капасова Д.А. Русский язык: Учебное пособие для студентов-экономистов. – Алматы, 2013.