

УДК 681.3

## ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУ З ПОГЛЯДУ ФАХІВЦІВ

© А. П. Харлан, НТУУ «КПІ», Київ, Україна

**Исследование специалистами текста как часть общественной информационной системы и как относительно самостоятельную информационную подсистему, относительно самодостаточную, сущность которой является непосредственным предметом деятельности автора.**

**The investigations were analyzed by experts of text as a part of communitive informational system and as relative independent informational subsystem about all-sufficient essence which is immediate subject of the author work.**

Поняття «текст» є неоднозначним. Найбільш поширеним є таке визначення: «Текст (від лат. *textum* — тканина, зв'язок, побудова) — це об'єднана змістовим зв'язком послідовність мовних одиниць, основними властивостями якої є зв'язність і цілісність» [1].

Знання про текст є фаховими знаннями для представників багатьох гуманітарних професій, оскільки вони визначають характер діяльності зі словом. Тексти є предметом дослідження не тільки лінгвістики, але й інших наук — літературознавства, семіології, психології, історії, палеографії та текстології.

Важливим для вивчення тексту є розкриття його одиниць та правил їх оформлення, куди відносять правила оформлення, рубрик, цитат, дат, чисел, приміток тощо [2].

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

Текст має ознаки, що виражають загальні особливості його

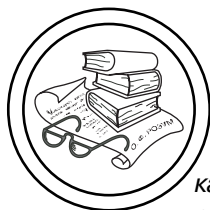
системно-структурної організації. До таких ознак варто віднести архітектоніку тексту, його структурованість і системність, цілісність, просторово-часову дискретність.

Елементами тексту слід вважати *рубрики, основний текстовий блок (корпус тексту), 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, посилення, дату, числа, скорочення, знаки, власні назви, умовні позначення*.

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

Є різні види текстів: *віршований, драматичний, прозовий, таблиці і виводи, нотний, формульний, бібліографічний; по-*



## РЕДАГУВАННЯ

кажчики, 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 нетекст за умови, коли графічно-знакове оформлення виходить за межу допустимого сприймання певною предметом 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 написання і читання.

**Одиниці тексту** — переліки, цитати, посилання, дати, числа, скорочення, знаки, власні назви, умовні позначення — добре описані у редакційно-видавничій літературі [3, 5].

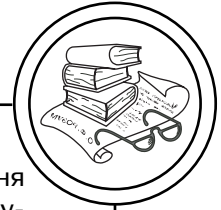
Більшість дослідників, оперуючи терміном «текст», або уни-

кають давати визначення тексту як універсальної мовної одиниці, яку складно точно означити, або дефінують це поняття, актуалізуючи важливу з їхнього погляду ознаку тексту, як наприклад: «писемний чи усний потік, що являє собою послідовність звукових, графемних елементів у синтаксичних структурах (реченнях), які виражають комплекс пов'язаних між собою суджень».

Розуміння тексту як одиниці найвищого рівня мови тривалий час спиралося на такі основні його ознаки, як послідовність мовних знаків, лінійність структури, семантична зв'язність (когезія) та змістова цілісність, або завершеність. Розвиток комунікативної лінгвістики розширює уявлення про текст не тільки як про готовий продукт мовлення, а й як елемент комунікативного акту в позиції між трансмісором і реципієнтом (Т-Т-Р), між мовцями (М-Т-М), між адресантом і адресатом (А-Т-А).

Для розуміння сутності тексту необхідно збагнути одну принципову річ: зміст будь-якого тексту принципово не замкнений 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,

## РЕДАГУВАННЯ



внутрішньотекстовий контакт з реальністю. Момент діалектичного переходу контакту з текстом у контакт з 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 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.

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 суспільно необхідних і соціально обумовлених елементів, які через свою практичну придатність здатні стимулювати мислительну, емоційну і волюву активність читача у 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'єктом 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 й 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



## РЕДАГУВАННЯ

способи поведінки в реальних умовах масових суспільних процесів. Отже, такий текст 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 із замислом автора. В інших випадках це можливість максимально швидко й повно відшукати необхідну читачеві інформацію» [6].

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 із 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 ефек-

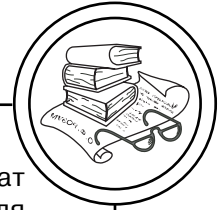
тивність його сприймання: вона має і виховне значення, розвиваючи (або порушуючи) логічну, емоційну, мовну культуру читача. Результати обробки, удосконалення форми тексту та його змісту (літературний бік) мають і суто економічне значення для суспільства в цілому, впливають на швидкість сприймання і запам'ятовування повідомлення, застерігаючи читача від непродуктивної втрати часу на прочитання збиткової інформації. 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 читачькою 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.

Л. Лосева поширює своє визначення тексту суб'єктивним чинником — ставленням автора. У неї текст — це «повідомлення у письмовій формі, що характеризується смисловою і структурною завершеною і певним ставленням автора до повідомлення» [4].

Окрему сторінку в текстознавстві вписали журналістикознавці. Визначивши текст як окремий предмет журналістської діяльності поряд із журналістським твором, як форму існування

## РЕДАГУВАННЯ



твору, дослідники звернули увагу на те, що «текст — це лише графічно-знакова фіксація твору, форма відчуження твору від автора».

Твір, зазначав Є. Прохоров, «це тільки мовне вираження замислу його творця, а текст — графічне закріплення цього замислу на папері».

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.

В. В. Різун зазначає: «Необхідно усвідомлювати, що 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» [4].

Варто зауважити, що текстотворення завжди спрямоване на читача. Адресація матеріалу — чи не найважливіший момент авторської праці.

Базуючись на своїх спеціальних фонових знаннях і володіючи логіко-понятійним апаратом певної галузі знання для того, щоб зрозуміти, про що пише автор, адресат визначає для себе, чи текст відповідає його кому-

нікативним намірам. Адресат вибирає тільки значимий для нього текст, який він здатен осмислити, зрозуміти і який може викликати і часто викликає в нього бажання самому провести й описати дослідження, породити новий текст. Він втрачає інтерес до прочитання, якщо недостатнім є рівень його компетентності для розуміння викладеного матеріалу або якщо він досяг комунікативної мети орієнтування в ситуації.

На думку В. В. Різун, розглядаючи текст як форму існування твору, необхідно завжди мати на увазі його семантику [4].

Текст як семантичну структуру пропонують аналізувати у трьох аспектах:

1) з позиції автора — можливими є два різновиди тексту: текст як продукт реального, живого, спонтанного процесу текстотворення (знаково-мовленневої діяльності автора) і текст як продукт професійного текстотворення, тобто цілеспрямованого, усвідомленого автором як фахівцем;

2) з об'єктивної позиції, реального стану речей — текст як фрагмент загальної інформаційної системи суспільства, в якій він виконує роль носія інформації (інформаційний аспект), відповідно впливає на мовців (комунікативний аспект);

3) з позиції адресата (слухача і читача) — текст як явище (чи фрагмент дійсності) для сприймання і розуміння. Корекція тексту має бути такою, щоб, керуючи читацьким сприйняттям, можна було уникнути зайвого суб'єктивізму під час сприйняття і розуміння його.



## РЕДАГУВАННЯ

Якщо досі переважав традиційний погляд дослідників на текст, то нині лінгводидактичні потреби освітньої системи змушують дослідників та інтерпретаторів його дивитися на текст опосередковано — через особистість реципієнта, до сприймання чого він готовий, яких відкриттів, вражень очікує і який вплив на нього може справити текст.

Сприймання тексту є керований автором процес продукування його адресатом. Цей процес включає сенсорні процеси (відчуття), перцепцію (пізнавання), рецепцію (розуміння).

Під терміном «адресат» розуміємо особу/особи, якій/яким автор надсилає своє послання, заздалегідь орієнтуючись на її/їх уявні загальні характерні риси при побудові повідомлення, яке повністю розуміється цією особою/особами і викликає в неї/них фізичну, ментальну чи емоційну реакцію.

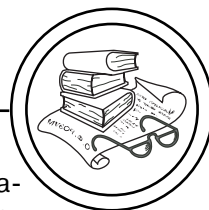
Сенсорні процеси — це фізіологічні процеси отримання інформації з навколишнього середовища, які залежать від стану організму й сенсорної системи. У контексті масової комунікації ці процеси мають важливе значення, оскільки вони залежать як від організації комунікативного процесу, так і від стану аудиторії, 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.

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 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». У цьому визначенні процесу розуміння криється об'єктивний факт суб'єктивізму людського розуміння, оскільки кожен думає по-своєму.

## РЕДАГУВАННЯ



Для того, щоб текст був адекватно сприйнятий читачем, він повинен відповідати таким критеріям:

- стислість;
- точність;
- повнота, завершеність.

Стислість перцептивного тексту означає, що в ньому відсутні слова або речення, які не несуть змістового навантаження.

Точність перцептивного тексту визначається суворим підбором лексичних засобів, які складаються у предметний зміст і залежать від потенційної читачької аудиторії.

Серед причин, що порушують процес відчуття, а відтак і розуміння тексту, можна назвати невдалу організацію процесу сприймання: розірваність у часі й просторі процесу сприйман-

ня; швидкий темп читання; далеке розміщення 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 розміщений текст, правописні помилки тощо.

Повнота (завершеність) перцептивного тексту пов'язана із двома основними факторами. У першому з них — змістовному — відбивається необхідність подання в тексті основних аспектів дослідження, а також їхніх взаємозв'язків. Другий фактор — виразний — відповідає за синтаксичну досконалість тексту.

1. Каменская О. Л. Текст и коммуникация. — М.: Высш. школа, 1990. — 151 с.
2. Кожина М. Н. О диалогичности научной прозы. — Пермь: ПГУ, 1998.
3. Ракитина С. В. Автор научного текста как языковая личность: методологические принципы и подходы // Весник ВолГМУ. — 2005. — № 2 (14). — С. 85—88.
4. Різун В. В. Аспекти теорії тексту // Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / Різун В. В., Мамалига А. І., Феллер М. Д. — К.: РВЦ «Київський університет», 1998. — С. 5—59.
5. Теория текста: Учебное пособие. — Москва: Изд-во МГУП «Мир книги», 1998. — 210 с.
6. Феллер М. Д. Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования. — Львов, 1978. — С. 5.

Рецензент — О. В. Трішук, к.філол.н.,  
доцент, НТУУ «КПІ»

Надійшла до редакції 04.03.08