

**ПРАГМАТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ТЕКСТА: ЧИТАБЕЛЬНОСТЬ,
ИНФОРМАТИВНОСТЬ, НОВИЗНА, ЦЕННОСТЬ**

К.И. Вабищевич, Д.А. Полешук, 3 курс
Научный руководитель – **Н.Н. Базар, к.ф.н.**
Полесский государственный университет

Текст представляет собой образец сложной языковой формы, который побуждает человека к когнитивной деятельности в процессе его восприятия, что имеет связь с осмыслением личностного опыта, служащего для построения новых точек познания мира. Из текста всегда можно вывести, заключить, извлечь какую-либо информацию. Д.С. Лихачёв определяет текст, как: «языковое выражение замысла его создателя» [4, с. 9].

Предмет исследования – прагматические свойства текста. Цель – рассмотреть читабельность, информативность, новизну, ценность как прагматические свойства текста. Для реализации цели нами определены задачи: 1) изучить понятие «текст»; 2) выделить основные прагматические свойства текста; 3) раскрыть основные характеристики читабельности, информативности, новизны, ценности.

Взаимоотношения между адресатом и текстом всегда определяются комплексом каких-либо свойств текста. Термин прагматика подразумевает «категорию оценки эффективности текста, включающей в себя как лингвистические, так и экстралингвистические факторы, способствующие достижению определённой цели, содержащейся в речевом акте» [3, с. 21].

«Прагматические свойства текста связаны с воздействием текста на основные подструктуры динамической функциональности структуры личности: интеллектуальную, эмоциональную, деятельностьную» [2, с. 73]. Исходя из этого, выделяют следующие прагматические свойства текста: читабельность, информативность, новизна, ценность.

Читабельность определяется как легкость восприятия текста с точки зрения языковых и мыслительных категорий. С точки зрения языковых категорий, читабельности присущи следующие параметры: 1) качество графического или звукового воспроизведения элементов текста; 2) словарный состав текста; 3) сложность структуры используемых в тексте предложений; 4) номенклатура внутритекстовых связей. С точки зрения мыслительных категорий: 1) структура внутритекстовых связей; 2) количество новой для адресата информации в тексте; 3) количество итераций при подборе базовой системы фреймов 4) необходимость формирования новых для адресата фреймов для восприятия текста.

Например, если рассматривать медицинский текст, он будет иметь плохую читабельность для адресата, не владеющего основными понятиями, поскольку в тексте будет много слов, отсутствующих в словарном запасе адресата, что будет затруднять понимание. Плохая читабельность будет характерна тексту, который имеет нечеткое графическое или звуковое воспроизведение, сложную структуру предложений, который не информативен, требующий более двух-трех итераций при подборе базовой системы фреймов.

Следующее прагматическое свойство текста, затрагивающее мыслительный уровень, – информативность. «Информативность текста – это степень его смысло-содержательной новизны для читателя, которая заключена в теме и авторской концепции, системе авторских оценок предмета мысли» [1, с. 60].

Информация всегда вводится в текст с какой-либо целью, и является релевантной с точки зрения адресанта. Информативность определяется наличием в тексте информации, позволяющей адресату произвести означивание терминалов фрейма, определяющего содержание текста.

Например, текст расписания информативен, поскольку содержит всю необходимую информацию для означивания терминалов: при обращении адресата к тексту расписания поездов, в состав фрейма входит три терминала: № поезда, время убытия или прибытия, а также маршрут следования.

Для понимания неизвестной информации, адресат соотносит ее с личным опытом, задействует умения перцептивной и смысловой обработки, что определяет новизну текста, которая затрагивает уровень деятельностных категорий. В процессе восприятия текста, адресат может, как усваивать новые фреймы, так и пересматривать уже существующую их систему. Если тексту присуща недостаточно знакомая система фреймов для адресата, количество новой информации должно быть меньше, поскольку у адресата могут возникнуть затруднения с усвоением новой системы.

Например, читая текст об устройстве автомобилей, у адресата происходит построение подсистемы новых фреймов, описывающих устройство автомобиля в достаточно общей форме. После этого инструкция по описанию конкретной модели автомобиля не будет иметь новизну, но будет обладать информативностью для адресата, поскольку позволит произвести конкретные означивания всех терминалов фрейма данного понятия.

Новизна текста также может быть словарной, т.е. если в тексте применяются слова и термины, с которыми адресат ранее не сталкивался. Процесс усвоения значения новых слов – терминов, способствует расширению словарного запаса и тезауруса личности адресата, однако, полное переослаивание тезауруса личности не происходит.

Уровню деятельностных категорий также характерна ценность текста, которую определяет адресат, являющаяся социально-обусловленной категорией. Она формируется исходя из того, как и в какой мере адресат может применить полученную из текста информацию в ходе разных видов деятельности. Один и тот же текст может иметь разную ценность для разных адресатов. Например, при прослушивании объявления на вокзале о посадке на поезд, текст не будет ценен для всех. Текст будет нести ценность для адресатов, которые, услышав текст, идут готовиться к посадке. Для остальных такой текст не имеет прагматической ценности.

В тексте могут встречаться новые для адресата слова, а также связанные с ними структуры тезауруса личности, которые в последующем могут быть применены при создании или восприятии текста, что представляет собой языковую ценность текста.

Таким образом, текст – это образец сложной языковой формы, побуждающий человека к когнитивной деятельности в процессе его восприятия, из которого всегда можно что-либо вывести, заключить, извлечь. Прагматические свойства текста выделяются при его взаимодействии с личностью адресата, воздействуют на определенную структуру личности и имеют тесную взаимосвязь между собой. На уровне языковых и мыслительных категорий выделяют читабельность (легкость восприятия текста), на уровне мыслительных категорий – информативность (возможность означивания терминалов фрейма в тексте), на уровне деятельностных категорий – новизну (усвоение новой системы фреймов), ценность (применение полученной информации в ходе разных видов деятельности).

Список использованных источников

1. Бабайлова, А. Э. Текст как продукт, средство и объект коммуникации при обучении неродному языку / А. Э. Бабайлова. – Саратов : Изд-во Саратовского университета, 1987. – 151 с.
2. Каменская, О. Л. Прагматические свойства текста / О. Л. Каменская // Язык как коммуникативная деятельность человека : сб. науч. тр. – М. : Изд-во МГПИИЯ им. М. Тореца. – 1987. – № 284. – С. 72–79.
3. Колшанский, Г. В. Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1984. – 174 с.
4. Лихачёв Д. С. Текстология. Краткий очерк / Д. С. Лихачёв. – М. : Наука, 1964. – 106 с.
5. Матвеева, Г. Г. Актуализация прагматического аспекта научного текста / Г. Г. Матвеева. – Ростов н/Д. : Рост. гос. ун-т, 1984. – 132 с.