

КОНТРАСТИВНО–ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТІВ РІЗНИХ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ СТИЛІВ

Баланюк С.С.

Чернівецький національний університет

Для ефективного викладання іноземної мови великого значення набуває сьогодні цілеспрямований навчальний підхід, який орієнтував би користувачів мови на виконання певної соціальної ролі. Мова для спеціальних цілей у своїй основі є такою ж, що й загальна мова, але передбачає певне обмеження розмовного матеріалу і ширше використання професійного інформативно–пізнавального матеріалу. Ним є синтезування відповідних оптимальних зразків оригінальних текстів.

Сьогодні користувач мови має у своєму розпорядженні багато ефективних засобів навчання, які сприяють поглибленому вивченню мови (відеоматеріали, магнітофонні записи діалогів, різноманітні комунікативні вправи тощо), але праосною процесу навчання був і залишається текст як вища комунікативна одиниця.

Важливе місце в цьому напрямку посідає розмежування функціональних стилів тексту, диференційованих у відповідності з основними функціями мови – спілкування, повідомлення та спонування. Таке розмежування повинно бути вивчене перш за все на основі парадигматичного дослідження наукових і художніх текстів.

Стили текстів відрізняються за своєю суттю. Якщо зміни у способах сегментації наукових текстів пов'язані з розвитком наукового мислення і національної мови, то в історії художньої літератури простежується інша лінія – в різних художніх системах зафіксовано формування різноманітних тенденцій (художніх норм) у тексті, які зв'язані з тим, як розуміти співвідношення форми і змісту, як розвивається суспільно-естетична свідомість. Це може бути орієнтація на збалансовану рівновагу цього співвідношення (як у класицизмі), на різноманітність форми, що відображають складність життя (як у реалізмі), на культ форми (як у модернізмі).

Як відомо з психологічних досліджень проблем учбової діяльності, мета формує систему часткових завдань, які реалізуються шляхом виконання окремої дії – елемента діяльності. Майкл Уест відзначав, що будь-яке читання передбачає наявність у людини наміру дізнатися про щось нове, знайти в тексті відповіді на раніше сформульовані в його мозку питання. Якщо тема тексту читачу невідома, то він спочатку переглядає його, щоб охопити загальний зміст, а потім уважно читає його в пошуках відповіді на питання, що його цікавить [Уест 1966:38]. Перед користувачами мови можуть стояти дві мети: зрозуміти основний зміст і оволодіти загальним змістом тексту.

Для досягнення першої мети – зрозуміти основний зміст тексту, потрібно, щоб користувач, приступаючи до читання статті, прогнозував характер, тему тексту, основний зміст за заголовком (підзаголовком,

надзаголовком), ілюстрацією, що доповнює текст, за першим реченням статті. Як тільки прогнозування здійснено, користувач уточнює своє припущення й уважно переглядає ключові позиції тексту. У результаті цих дій користувач мови визначає характер тексту і формулює його тему.

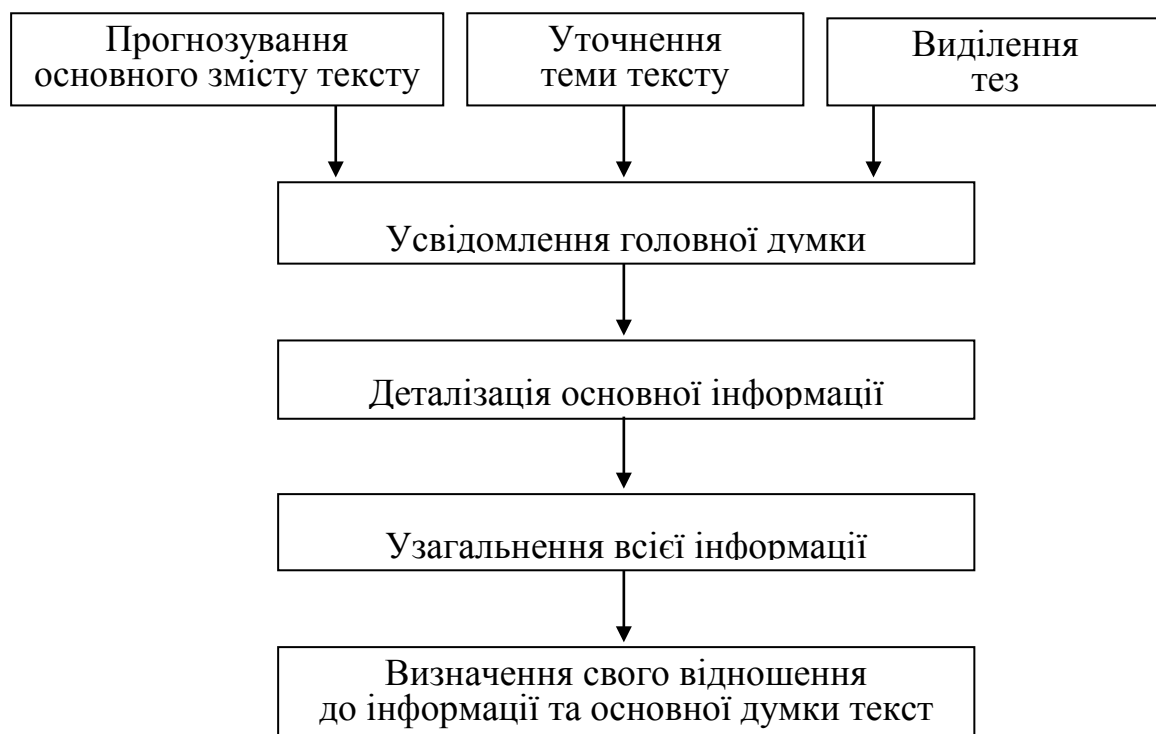
Наступні дії користувача мови пов'язані з пошуком у тексті основної інформації, яка міститься у тезах абзаців, їх осмисленням, узагальненням усієї отриманої інформації та виділенням головної тези, що містить основну думку, або формулюванням на основі отриманої інформації суті тексту.

Можна припустити, що формулюванням основної думки завершується процес розуміння суті тексту, якщо вважати, що вона являє собою результат якісної переробки ключової інформації тексту.

Для досягнення другої мети – повністю зрозуміти зміст тексту, користувач мови прочитає кожний абзац, виділяючи деталі інформації, які розкривають, уточнюють тези абзаців. На завершення опрацювання тексту узагальнюється отримана інформація, і на підставі зрозумілого формулюється ідея тексту та визначається відношення до інформації та ідеї користувача.

Одним із найважливіших результатів роботи над текстом є визначення свого відношення до інформації. Тобто, це перехід від внутрішньої мови, яка опосередковує динамічне відношення між думкою і прочитаним словом, до зовнішньої мови, що матеріалізує думку в слові. Переклад і висловлювання є складною динамічною трансформацією, яка вимагає певної самостійності у мисленні, автономності та самотності, чи то висловлювання усне, чи письмове. Розвиток внутрішньої мови спонукає до подальшого трансформування її в комунікативний аспект.

Ми спробували змодельовати схему дій, які здійснює користувач мови у процесі читання публіцистичного тексту у відповідності з їх логічною послідовністю.



Умови ж існування внутрішньої мови – усної чи письмової – різні. Якщо усна мова в силу спільності ситуації, в якій виявляються співрозмовники, несе в собі ознаки скорочень, що може бути виражено в простому синтаксисі, меншій кількості слів, лаконічності висловлюваної думки, то письмова мова – найрозгорнутіша форма мови, яка розвиває мовну варіативність, тобто вміння передавати одну і ту ж думку різними мовними формами. Саме в процесі формулювання думки відбувається також її формування [Зимня 1978:145].

Незаперечним є факт диференційованого підходу до різних функціональних стилів мови, як таких, що різняться в першу чергу мовними особливостями, зокрема синтаксичними, граматичними, лексичними. Для розуміння цієї різниці достатньо порівняти мовне оформлення ділового листа, патенту, інструкції, реклами і поетичну мову вірша, казки, легенди, оповідання. Адже художніми засобами мови автор, у першу чергу, намагається вплинути на емоції, почуття, думку читача.

На прикладі уривка з твору О. Уайльда “Портрет Доріана Грея” простежимо, які мовні засоби використовуються автором для зображення характеру персонажу художнього тексту:

“... If the picture was to alter, it was to alter. That was all. Why inquire too closely into it?

For there would be a real pleasure in watching it. He would be able to follow his mind into its secret places. This portrait would be to him most magical of mirrors. As it had revealed to him his own body, so it would reveal to him his own soul. And when winter came upon it, he would still be standing where spring trembles on the verge of summer. When the blood crept from its face, and left behind a pallid mask of chalk with leaden eyes, he would keep the glamour of boyhood. Not one blossom of his loveliness would ever fade. Not one pulse of his life would ever weaken. Like the gods of the Greeks, he would be strong, and fleet, and joyous. What did it matter what happened to the coloured image on the canvas? He would be safe. That was everything.

He drew the screen back into its former place...”

[Wilde 1979:206]

Нанизування структурного звороту *would be (would keep, would ever weaken, he would be safe etc.)* є домінуючим та проходить через весь текст і створює завершену образну картину відображення “надзвичайного” багатообіцяючого майбутнього для героя. Майстерно вплетені в текст метафори (*blossom of his loveliness, pulse of his life, a pallid mask of chalk, leaden eyes*), порівняння (*portrait – magical mirrors, like the gods of the Greeks*). Риторичні питання чергуються з короткими відповідями, що показує самовдоволення персонажа прийнятим рішенням. Водночас на підтекстовому рівні (імплікація) зароджується в читача почуття презирства до самозакоханого героя.

Витончена майстерність художника слова проявляється не тільки в умілому використанні різноманітних стилістичних прийомів, а й у системності засобів художнього вираження в тексті, які зображують та пояснюють мотивацію вчинків героя, зміни в його ідейному, емоційному сприйнятті світу.

Враховуючи умови та цілі комунікації, потрібно розрізнити певні типи текстів для опрацювання за сферою наукових знань, умов і ситуацій мовної наукової діяльності, установки на мету спілкування, спрямуванням на адресата, складністю викладення щодо наукових, науково – популярних, науково–публіцистичних текстів, з одного боку, та художніх текстів, з іншого.

Щодо наукового тексту, він не є повністю й у всіх відношеннях однорідним. Обслуговуючи все більш зростаючі потреби суспільства, він удосконалюється, і по лінії функціональної дивергенції все більше спеціалізується, тобто пристосовується до конкретних функціональних сфер спілкування. Норма наукового викладення формується та існує фактично як сукупність мовних варіантів, придатних для обслуговування конкретних сфер наукової діяльності людини.

Розглянемо уривок наукового тексту з журналу “Opto & Laser Europe”

“Epstein and his co-workers believe that the blue and green light causes the plastic molecules to change shape, which in turn affects its magnetic properties. They also claim that during magnetization of the plastic, electrons are forced into a metastable state, causing the plastic to remain magnetized when the light is removed.

Although any commercialization is several years away, Epstein believes that possible applications for such a magnet include writing and erasing data from computer hard-drives; smart cards; and remote-control magnetism ...”

[Opto & Laser.2002:12]

При аналізі внутрішньої організації тексту, зокрема граматики, можна простежити явище когерентності, що зумовлює цілісність тексту, змістовну та формальну послідовність речень. Можна помітити рекурентність (повторюваність) семантичних ознак, інформативність, наявність тематичного ядра та основної інформації. Когерентність забезпечує різноманітні зовнішні засоби граматичного, лексичного, просодичного характеру, що сприяють смислового зв'язку між частинами тексту. Визначення понадфразових одиниць єдності, які збігаються з початком абзацу, необхідні для виявлення як загальної теми тексту, так і мікротем. Дане розмежування готує користувача мови до наступної інформації, веде його по шляху пізнання тексту, а також зміцнює текстову пам'ять, повертаючи його до попереднього, нагадуючи йому про сказане, звертаючись до його знання.

Науковий текст характеризується більш чітким поділом на абзаци, парантетичний (вступний) характер яких відчувається тут найповніше. Подібні паузи досить регулярно функціонують не тільки на фонологічному, морфологічному і синтаксичному рівнях, а й на понадфразовому рівні, перериваючи “гладку” течію мови метатекстовими вставками. У художньому

тексті, завдяки властивій йому впливаючій функції, понадфразові метатекстові внесення схильні до асиміляції. Вони менш однотипні за своєю структурою, змістом та їх складніше виділити з потоку художньої мови.

Зачини абзаців представляють собою самостійне питання, вивчення якого показує роль стереотипів і кліше при сегментації наукових текстів, на відміну від текстів художніх, де дане питання пов'язане з виконанням певних естетичних завдань.

Спільністю всіх текстів є наявність тематичного ядра, яке формується за допомогою лексичних засобів – повнозначних (автосемантичних) лексем, з яких складається смисловий каркас тексту і які можуть слугувати ключовими словами. Вони володіють неопосередкованою денотативною референцією (*light, plastic, molecules, affects, properties, a magnet, data from computer hard drivers*).

Серед морфологічних категорій найбільш активним при забезпеченні когерентності словотворення є зв'язок частин тексту шляхом використання однокорінних слів (*magnetism, magnetic, magnetization, magnetized*) та номіналізації (перетворення слів різних класів у іменник (*commercialization, magnetization*) або в герундій (*writing, erasing*)).

Необхідність орієнтуватись у дослідженнях сучасної науки зумовлює обов'язкове читання та опрацювання спеціальних текстів періодики, які характеризуються певними особливостями мови у порівнянні з художніми текстами

Щодо публіцистичного стилю, то його особливістю є система взаємозв'язаних мовних елементів, спрямованих на виконання комунікативних функцій, перш за все функції інформативної та функції впливу на читача (функції переконання).

Обмеження в просторі на газетній, (журнальній) полосі призводить до неминучої компресії мовних елементів. У граматичному аспекті це відображається в опусканні в заголовках службових слів, дієслова *to be*, артикля, у спрощенні при використанні часових форм, у перевазі лаконічних стислих конструкцій тощо.

Особливість заголовків така, що в них найчастіше використовуються дієслівні вирази. Деякі дієслова завдяки газеті набувають більшої полісемії, ніж це зареєстровано у словниках (*may shape it – you may yag it*). Відмінною рисою заголовків є також використання так званої “лексики заголовків”. Так, для дієслова “*to improve*” можна знайти глосарій такої лексики – *to power, to stabilize the rate, to develop, to encourage, to affect the performance, to adapt, to cut overall costs, to make it possible, to provide, to qualify, to increase, turn into success, to realize, to enable, to keep leader position, to speed, etc.*

Така лексика формує своєрідний синонімічний ряд, створений не на основі подібності семантики, а на основі особливостей вживання науково-публіцистичного стилю. Характерною рисою подібних слів є широкий діапазон значень, що дає можливість використовувати їх у різних ситуаціях.

Крім того, необхідно врахувати, що в журналістську лексику все більше надходить нових слів, тому публіцистичний глосарій постійно поповнюється.

Для газетно-публіцистичного жанру характерне використання неологізмів. Лексика та лексичні звороти для визначення нового поняття все частіше входять в літературну мову. Їх поява неминуха у зв'язку з постійними змінами в житті суспільства, у сфері культури, науки та мистецтва. Є неологізми – нові слова, та неологізми – нові значення слів, що з'явилися з побувалих у використанні лексичних одиниць. Часто такі нові слова і значення неможливо знайти навіть у найновіших тлумачних словниках. Вони використовуються для опису якогось явища в одному конкретному випадку, тому їх вживання не відповідає стандартному використанню, отже, воно носить оказіональний характер.

Але є багато зразків неологізмів, які щільно увійшли в англійську мову (*know-how, software, drive, multi-level, to update, to spectrum, hi-fi, high-tech, chip, ink-jet, high-power, scanner, in-house development, thin-film materials, display, toolbar*) і стали повноправними, самостійними семантичними одиницями.

У роботі з оригінальними текстами підвищеним інтересом користуються рекламні тексти. Крім суто наукової інформативності повідомлень, насичених новими досягненнями в певних галузях сучасної науки і техніки, користувачам мови завжди цікаво спостерігати за мовою таких текстів. Перш за все - це компактно структуровані міні-тексти, що характеризуються локанічністю висловлювань, образністю, спонукальним впливом на читача, мовою, яка переривається метатекстовими внесеннями, інформацією, які не відносяться до власне наукових. Ці тексти несуть конкретно суб'єктивне спрямування (постійне вживання займенників *you, your*). Рекламний текст виглядає як питання (проблема) та пропозиція до його розв'язання. Мова тексту образна, зміст і форма підпорядковуються одній меті – виразити легкість, простоту, доступність, переконливість і впевненість в успішному розв'язанні проблеми. Надзвичайно важливу роль відіграють тут дієслівні фрази-“оптимісти” – *it helps you to become more productive, create your success, to advance future, easier to use, easily adapted, will improve, etc.*

Розглянемо зразки рекламних висловів.

“Sources, Tools and Competence you need to use EUV-Photons in your own laboratory”.

“Building a laser or just want to buy one? – We can help you with latter.”

“You complete source for Laser Bear Diagnostic”.

“You can use it”.

“To reach new height, you need reliable equipment”.

“You can count on our Know-How” etc.

У процесі опрацювання будь-яких текстів (художніх, наукових чи публіцистичних) розвивається ряд основних комунікативних умінь і навичок. Це уміння отримати з тексту всю різнобічну інформацію, яка в ньому

зкладена, і знаходити в тексті (особливо художньому) об'єктивні причини впливу. Характер прийому інформації в першу чергу залежить від реципієнта. “Суб'єктивні якості адресата – його інтелект, культурний і загально-освітній рівень, емоційно-психічний стан активно включається в дію трьохелементної схеми адресант – повідомлення – адресат, організовуючи нові типи відносин між ними [Кухаренко 1978:5]”.

Робота над текстом має свій специфічний, психологічний зміст, який включає розвиток логічного мислення, спостережливості, мовних і розумових здібностей та інших психологічних функцій. Зокрема, розвивається аналітичний спосіб мислення, властивість, яка допомагає читачу виділити у доступній йому інформації суттєві ознаки, відділяти головне від другорядного, узагальнити та диференціювати предмети і явища, дії та процеси. Аналітичні властивості та інтелект невід'ємні від синтетичності (об'єднання елементів змісту в єдине ціле, групування та класифікація явищ). А разом із цим розвивається і наполегливість у подоланні труднощів. Ці якості є психологічною умовою змістовної, інформативної та усвідомленої мовної діяльності. Вони необхідні для роботи як над змістом, так і над формою висловлювання, сприяють умінню об'єднувати загальнофілологічне вивчення з інтерлінгвістичним (семіотичним), розумно співвідносити якісний та кількісний аналіз.

SUMMARY

The article emphasizes the significance of textual investigations as a way of language improvement. Sampling some fragments of scientific texts, fiction and a magazine article it was attempted to compare some means of expressing idea through a certain form with the help of special grammar, lexical and stylistic diversities. Some psychological aspects have been revealed while analyzing texts as well.

ЛІТЕРАТУРА.

1. Wilde O. Selection. V.1.-М.:Прогресс,1979, 392с.
2. Кухаренко В.Д. Інтерпретація текста.-М.: Просвещение,1978, 327с.
3. Уест М. Навчання англійської мови у важких умовах.- М.: Просвещение,1966,38 с.
4. Opto & Laser Europe.-March 2002. IOP Publishing Ltd. 46 p.
5. Дружинина В.Н. Психология. – Санкт – Петербург: Питер, 2001, 650с.
6. Зимняя И.А. Психологические аспекты обучения говорению на иностранном языке.-М.:Просвещение,1978,159 с.
7. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Пробл. семиосоциопсихологии. – М.:Наука, 1984, 268с.