

СТРУКТУРНО-СМЫСЛОВОЕ ЧЛЕНЕНИЕ ТЕКСТА.

Основными понятиями структурно-смыслового членения текста являются: тема текста (Т), коммуникативная задача текста (КЗТ), микротемы текста (МТ), данная (Д) и новая (Н) информация текста, прогрессия текста, способ развития информации текста, модель текста.

Тема текста

Структура и смысл текста тесно взаимосвязаны. Любой текст имеет тему. 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:

1) Возможность клонирования человека общественным мнением воспринимается неоднозначно. Существуют обоснованные мнения «за» и «против» клонирования человека. Примечательно, что вновь столкнулись позиции научных кругов и духовенства, выражающих полярные точки зрения в этом вопросе. Однако даже многие генетики достаточно сдержанно относятся к клонированию человека. Религиозные деятели в подавляющем большинстве категорически против проведения экспериментов такого рода.

Тема текста – клонирование человека. Слово-тема повторяется трижды в дательном и родительном падежах, в третьем и последнем предложениях заменяется близким по смыслу выражением. Тема текста обозначена в первом предложении.

2) 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.

Задание № 1. Прочитайте тексты. Определите их тему.

Текст 1. Собственность – это отношения между людьми по поводу присвоения какого-либо количества материальных благ. Экономическое содержание собственности выражается через совокупность

производственных отношений, которые включают в себя отношения производства, обмена, распределения и потребления. Юридическое содержание собственности выражается через права собственников на владение, пользование, управление, на доход и безопасность объекта собственности.

Текст 2. Потребление можно рассматривать как своеобразное отрицательное производство, по выражению английского экономиста А. Маршалла. Потребление характеризуется им как отрицательное производство, так как в процессе потребления происходит уменьшение или разрушение полезности. Однако нельзя понимать потребление исключительно как процесс разрушения полезности. Дело в том, что само потребление можно разделить на два типа: личное потребление и производственное потребление.

Текст 3. Классический источник инфляции – дефицит государственного бюджета – характерен также и для Казахстана. Хотя бюджетный дефицит является вторичным фактором инфляции, поскольку вызывается инфляцией издержек и, в связи с этим, обесцениванием государственных доходов.

Текст 4. В недрах рабовладельческого способа производства зародились элементы феодализма. Это связано с тем, что труд рабов был малопродуктивным. Малопродуктивный труд стал тормозом в развитии данной формации. Именно поэтому рабам вынуждены были дать определенную свободу.

Коммуникативная задача текста

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 (коммуникация – общение) – задача общения, т.е. задача, которую ставит автор перед читателем и для раскрытия которой создается текст. Предложение, в котором поставлена коммуникативная задача, находится (чаще всего) в начале 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. Способ формулирования коммуникативной задачи – образование от глагола, с помощью которого выражено сказуемое, существительного: Казахстан использовал опыт разных стран – использование опыта разных стран.

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.

Бывают случаи, 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 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 формулирования коммуникативной задачи – анализ смыслового содержания текста, его обобщение, т.е. категоризация (сведение всего смыслового содержания к одному слову или словосочетанию).

Задание № 1. Прочитайте тексты, определите их коммуникативную задачу. Слова для справок: определение, понятие, классификация, структура, состав, черты, признаки, функция, роль, назначение, факторы, воздействие (влияние).

Текст 1. Современная наука чрезвычайно важна для развития производства. Благодаря науке можно производить больше качественных продуктов и услуг, которые лучше удовлетворяют потребности людей. Экономисты утверждают, что наука является одним из факторов производства.

Текст 2. Современная кредитно-денежная система представляет собой результат длительного исторического развития и приспособления кредитных институтов к потребностям рыночной экономики. Кредитно-денежная система – это комплекс валютно-финансовых учреждений, активно используемых государством в целях регулирования экономики.

Текст 3. На протяжении всей истории существования государств наблюдается неравномерное развитие их экономики: периоды экономического подъема, расцвета сменяются периодами экономического спада. Эти постоянные подъемы и спады в уровне экономической активности называются циклами экономической (деловой) активности, или экономическими циклами.

Текст 4. Деятельность правительства также может влиять на цикличность развития экономики. Правительство в состоянии регулировать уровень деловой активности посредством повышения или снижения налогов и правительственных расходов.

Текст 5. Владеть имуществом может не только человек, но и государство, а также коллектив (группа лиц), поэтому субъектом собственности являются и человек, и государство, и коллектив. В зависимости от того, кто является субъектом собственности, различают 4 основных формы собственности. Если субъектом собственности является человек, то это личная и частная собственность. Если имуществом владеет государство, то это государственная собственность. Если имуществом владеет коллектив, то это коллективная собственность.

Текст 6. Функционирование бюджета происходит посредством особых экономических форм – доходов и расходов. Государственный бюджет строится на основе бюджетной классификации и включает семь частей: доходы; полученные официальные трансферты; погашение кредитов, выданных из бюджета; расходы; кредитование; дефицит (профицит) бюджета; финансирование.

Текст 7. Четвертая модель рынка – это олигополия. При этой модели на рынке господствует несколько фирм, каждая из которых обладает значительной долей рынка. Продукты могут быть одинаковыми или значительно дифференцированными. Контроль над ценами ограничен взаимной зависимостью и может быть значительным при тайном сговоре. При вступлении в рынок существуют значительные препятствия. Для данного рынка типична неценовая конкуренция.

Текст 8. Ресурсы республиканского бюджета предназначены для финансирования общегосударственных мероприятий: государственных целевых комплексных программ, обороны, обеспечения правопорядка, охраны границ, государственного управления, развития социальной сферы, выполнения международных обязательств. С помощью республиканского бюджета решаются задачи структурных преобразований экономики, ее стабилизации, отраслевой сбалансированности, поддержки единого уровня социальной защищенности населения.

Текст 9. Главное звено банковской системы любого государства – центральный банк страны. Традиционно центральный банк осуществляет монопольную эмиссию (выпуск) денег. Кроме того, он является банкиром правительства. Центральным банком проводится денежно-кредитное регулирование и банковский надзор.

Текст 10. Национальный доход состоит из фонда потребления и фонда накопления. Фонд потребления используется для выплаты заработной платы, прибыли и других видов дохода, т.е. используется непосредственно населением страны. Фонд накопления – это та часть национального дохода, которая инвестируется (вкладывается) в производство для его расширения, обновления. В разных странах пропорция между частями национального дохода разная.

Текст 11. Предпринимательство – хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли и связанная с риском – характеризуется, прежде всего, наличием у субъекта определенной совокупности свобод и прав по выбору хозяйственной деятельности по формированию производственной программы по выбору источников финансирования, доступу к ресурсам. Предпринимательство предполагает ответственность за

принимаемые решения. Оно ориентируется на достижение коммерческого успеха.

Текст 12. Большинство американских ученых-экономистов считает, что минимум заработной платы порождает определенную безработицу, особенно среди молодежи (16-19 лет). В частности, установлено, что повышение минимума заработной платы на 10% приводит к снижению занятости подростков на 1-3%. Неблагоприятно сказывается эта ситуация и на молодежь в возрасте от 20 до 24 лет. 10%-ное повышение минимума заработной платы понижает занятость данной группы рабочих на один или менее процент

Микротемы текста

Микротемы – это части общей темы, состоящие из одного или более предложений, объединенные по смыслу и раскрывающие с разных сторон коммуникативную задачу текста. В тексте могут быть две и более микротем. Каждая микротема может состоять из одного и более предложений.

ТЕКСТ

Менеджмент представляет собой теоретическое обобщение практики рационального управления коммерческим производством (фирмой). Управление как определённая область знаний в настоящее время занимает центральное место в деятельности любого предприятия. Это можно объяснить рядом причин.

Во-первых, обострение конкурентной борьбы, ведущей к тому, что выживают только наиболее эффективные фирмы. Результативному управлению нужно учиться, обладать знаниями, избегать ошибок, находить наилучшие пути к успеху. В качестве реакции на это появилось огромное количество работ по управлению, программ обучения менеджменту, ”школ бизнеса” и т.д.

Во-вторых, с созданием всё большего числа акционерных обществ управление переходит к особой группе доверенных лиц (менеджеров), которые, не являясь собственниками, способны обеспечить эффективность работы фирмы. Именно на управленцев всех уровней лежит задача сделать всё возможное, чтобы не только не разориться, но и процветать.

Тема текста – Менеджмент. Его коммуникативная задача – повышения роли менеджмента в деятельности предприятия. КЗТ обозначена во втором предложении, микротемы (МТ) обозначают причины повышения роли менеджмента в деятельности предприятия: МТ-1 – первая причина (4, 5, 6, 7 предложения), МТ-2 – вторая причина (8, 9 предложения).

Модель-схема:

Т
менеджмент
КЗТ
повышение роли менеджмента
МТ-1 МТ-2
первая причина вторая причина

Задание № 1. Определите микротемы текста. Постройте модель-схему текста.

Текст 1. Основу рыночной экономики составляет товарное производство. Производство может быть натуральным и товарным. Если продукты производятся для удовлетворения потребностей производителя и его семьи, то такое производство называется натуральным. Если же продукт производства предназначается для удовлетворения потребностей других людей через куплю-продажу, то такое производство является товарным.

Текст 2. Товарное производство возникло давно. Можно назвать главные условия его появления: во-первых, общественное разделение труда (специализация), при котором одна группа людей производит какой-либо продукт, другая – другой и т.д. Для удовлетворения всех потребностей необходим обмен через куплю-продажу продуктов на рынке; во-вторых, появление различных собственников, которые отдают свой продукт только через куплю-продажу, а не безвозмездно.

Текст 3. Собственность – это определённая, исторически сложившаяся форма присвоения средств производства, его результатов. Собственность существует в двух формах: частная и общественная. Частная собственность выражает присвоение средств производства и его результатов отдельными лицами. При этой форме собственности соединение рабочей силы со средствами производства происходит под командой собственника. Частная собственность бывает: крупная частная, акционерная, мелкая трудовая частная собственность. Общественная собственность означает совместное присвоение средств производства и его результатов. Формы общественной собственности: государственная и кооперативная.

Данная и новая информация текста

Смысловое деление текста представляет собой развитие мысли. Оно осуществляется от какой-либо исходной, известной информации к неизвестной. К элементам развития мысли и связности текста относятся данная и новая информация. Данная информация текста (данное – Д) – это

исходная информация, от которой начинается развитие мысли. Она содержится в предложении, передающем коммуникативную задачу текста. Данное текста передается словом или словосочетанием, которое наиболее полно отражает коммуникативную задачу. Роль данного – способствовать развитию текста. Например:

Интересы бывают личные и общественные. Личные интересы возникают на основе личных потребностей. Общественные же интересы появляются у человека с осознанием себя как члена общества, жителя данной страны, который должен быть заинтересован в её процветании.

Коммуникативная задача текста заявлена в первом предложении - Интересы бывают личные и общественные. Словосочетание личные и общественные интересы будет выражать наиболее точно коммуникативную задачу, весь текст создается с целью выяснить, какие интересы считаются личными, а какие – общественными. Следовательно, в этом тексте словосочетание личные и общественные интересы является данной информацией текста – данным (Д).

Данная информация раскрывается во втором предложении. В нем определяются личные интересы и общественные интересы.

Новым текста (новое – Н) называется неизвестная информация текста, которую необходимо узнать (передать). Данная информация обычно имеет обобщенное значение (характеризуется в общих чертах). Новая информация текста раскрывает, конкретизирует данную информацию, влияет на развитие смысла текста. Например:

1) Основу рыночной экономики составляет товарное производство. Производство может быть натуральным и товарным. Если продукты производятся для удовлетворения потребностей производителя и его семьи, то такое производство называется натуральным. Если же продукт производства предназначается для удовлетворения потребностей других людей через куплю-продажу, то такое производство является товарным.

Тема текста – производство. Коммуникативная задача отражена во втором предложении Производство может быть натуральным и товарным. Наиболее точно отражает КЗТ словосочетание два вида производства. Следовательно, оно и является исходной информацией, данным (Д) этого текста, которое будет впоследствии раскрываться. Данное раскрывается в микротемах с помощью новой информации – нового (Н). Для МТ-1 (натуральное производство) новая информация – продукты производятся для удовлетворения потребностей производителя – Н-1; для МТ-2 (товарное производство) новая информация – продукт производится для удовлетворения потребностей других людей – Н-1.

Количество новой информации в одной микротеме может быть разным в зависимости от содержания текста. Главные связи текста можно представить с помощью модели. Модель текста – это воспроизведение основных текстовых связей, передающих развитие мысли: темы, коммуникативной задачи, данной и новой информации. Модель текста можно передать словесно и зафиксировать в виде схемы. Схема – это графическое изображение модели

Модель-схема

Т

Производство

КЗТ

Виды производства

МТ-1 МТ-2

Натуральное производство Товарное производство

↓↓

Н-1 Н-2

Для собственных потребностей Для потребностей других людей

Задание № 1. Прочитайте текст. Определите данное и новое текста. Начертите схему текста.

Текст 1. Основу жизни человека составляет производство материальных благ. Чтобы начать производство, необходимо иметь средства производства и рабочую силу. Средства производства – это предметы труда (например, ткань, из которой шьют пальто) и средства труда (ножницы, игла, швейная машинка). Человек, обладающий способностью к труду, является рабочей силой. Именно человек, пользуясь средствами производства, и создаёт материальные блага, т.е. производит продукцию.

Текст 2. Самым распространённым экономическим явлением в рыночном хозяйстве является товар. Без товара нет рынка. Товар – продукт труда, произведённый для обмена путём купли-продажи. Чтобы продукт стал товаром, он должен иметь два свойства: общественную потребительную стоимость и стоимость. Два свойства товара обусловлены двойственным характером труда. С одной стороны, он – конкретный труд, затрачиваемый в определённой полезной форме, характеризующийся определёнными навыками, умениями, знаниями. Как таковой, он создает потребительную стоимость (пальто, хлеб и т.д.). Конкретным характером отличается один вид труда от другого. Но у всякого вида труда есть нечто общее, а именно, он –

сгусток энергии (умственной, физической). И если отвлечься от конкретной формы труда и посмотреть на него с физиологической стороны, как на сгусток энергии, то обнаруживается абстрактный характер труда. Он создает стоимость. Абстрактный труд представляет собой общечеловеческий труд, общественный характер которого проявляется в процессе товарного обмена

Текст 3. Маркетинг – явление сложное и многостороннее. Достаточно сказать, что сформулированы уже сотни определений маркетинга. Некоторые из них отражают одну или несколько его сторон, но есть и такие, которые дают ему комплексную характеристику. Интересно отметить, что определения маркетинга, например, в 60-х годах отличаются от его формулировок в 70-е годы. Если в начале 60-х годов господствовало так называемое “реализационное” понимание сущности маркетинга (маркетинг – это осуществление деятельности, обеспечивающей движение товаров и услуг от производителя к потребителю), то уже через 10 лет общепризнанными становятся формулировки, ставящие в центр предпринимательской деятельности потребности потребителя, покупателя, называя его королём или королевой. Предпринимательская фирма, вообще без структуры, в состоянии выжить лишь в том случае, если они найдут возможность услужить покупателю. В настоящее время самым распространённым определением маркетинга является определение Ф.Котлера. По Ф.Котлеру, маркетинг - вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Прогрессия текста

(Однонаправленное и разнонаправленное развитие информации)
Прогрессия текста – это увеличение его объема и количества информации. Функцию обеспечения прогрессии текста выполняет предложение, в котором заявлена коммуникативная задача всего текста или одной из его частей. Такое предложение помогает настроить читателя на восприятие текста. Информация его развивается в последующих микротемах с целью раскрытия коммуникативной задачи текста. Предложение, выполняющее функцию прогрессии текста, обычно расположено в начале всего текста или в начале микротемы(1 – 3-е предложение).

Информация текста может развиваться в одном или нескольких направлениях. Это зависит от того, как сформулирована коммуникативная задача текста, какое в ней данное текста: однонаправленное или разнонаправленное. Данное текста однонаправленное, если в предложении, содержащем КЗТ, только один смысловой центр (только одно данное). Информация в таком случае развивается только в одном направлении.

Текст 1. Человек – самая активная часть производительных сил. Без него все средства производства превращаются в груду ненужных вещей. Кроме того, накапливая опыт, знания, навыки, пользуясь ими, человек улучшает, совершенствует самого себя, свой ум, свои руки. А побуждают человека трудиться всё увеличивающиеся потребности.

В тексте коммуникативная задача сформулирована в первом предложении – Человек – самая активная часть производительных сил. Значит самое главное (ключевое) словосочетание в нем, передающее коммуникативную задачу, – часть производительных сил. Именно оно является смысловым центром предложения. Это означает, что в тексте будет рассматриваться именно роль человека как части производительных сил, а не что-либо другое. Информация текста в таком случае будет развиваться в одном направлении.

Приведем пример, когда в предложении, содержащем коммуникативную задачу текста, несколько смысловых центров, информация развивается в двух и более направлениях.

Текст 2. Товарное производство может быть трех типов: простое, капиталистическое и коллективное. Простое товарное производство основано на частной собственности и личном труде собственника средств производства. Капиталистическое товарное производство базируется на наёмном труде: совместный труд многих рабочих используется для получения прибыли владельцем средств производства. Коллективное товарное производство характеризуется совместным трудом и общей собственностью на средства производства. На современном этапе развития в странах с развитой экономикой имеются все названные типы товарного производства, но удельный вес каждого типа в разных странах различен.

Коммуникативная задача также обозначена в первом предложении текста – Товарное производство может быть трех типов: простое, капиталистическое и коллективное. Коммуникативная задача содержит три смысловых центра – «первый тип», «второй тип» и «третий тип». Следовательно, движение текста будет происходить в трех направлениях.

Задание № 1. Прочитайте тексты. Определите направление движения информации в каждом тексте.

Текст 1. Чтобы начать производство, нужно соединить средства производства и работников. Это соединение бывает двух видов: технико-производственное и экономическое. Техничко-производственное соединение – это расстановка людей в производстве по профессии, квалификации в соответствии с технологическим процессом. Экономическое соединение отвечает на вопрос: кому принадлежат средства производства, кто

распоряжается ими, кто присваивает результаты производства. На этой основе возникают экономические отношения.

Текст 2. По способу расчёта различают постоянные и переменные издержки. Постоянными называются такие издержки, величина которых не меняется в зависимости от изменения объёма производства. К ним, как правило, относятся: рентные платежи, отчисления на амортизацию зданий и оборудования, жалование высшему управленческому персоналу и др. Переменными называются такие издержки, величина которых меняется в зависимости от изменения объёма производства. К ним относятся затраты на сырьё, топливо, энергию, транспортные услуги, трудовые ресурсы.

Текст 3. Исходной идеей, лежащей в основе маркетинга, является идея человеческих нужд. Ф.Котлер определяет нужду следующим образом: нужда – чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо. Нужды людей многообразны и сложны. Тут и основные физиологические нужды в пище, одежде, тепле и безопасности; и социальные нужды в духовной близости, влиянии и привязанности; и личные нужды в знаниях и самовыражении. Эти нужды не создаются усилиями кого-либо, они естественны и поэтому являются исходными составляющими концепции маркетинга.

Текст 4. Одним из факторов издержек фирмы является заработная плата. Заработная плата – это цена рабочей силы, принимающая на рынке форму цены труда. На рынке труда работник предлагает свою способность к труду, то есть совокупность физических и духовных сил, а не труд. Способность к труду, или рабочая сила, является товаром, и как всякий товар, она имеет стоимость и цену.

Текст 5. Ставки ссудного процента находятся под влиянием многих факторов. Главный из них – спрос и предложение на денежный капитал. Этот фактор определил тенденцию к снижению процентных ставок. Развитие общества базируется на росте объёмов производства, повышении его эффективности. В банках аккумулируются большие суммы временно свободных денежных средств и, как следствие, растёт предложение денежного капитала. В каждый данный момент на текущую ставку процента влияют такие факторы как: 1) p и c_k : чем больше вероятность, что заёмщик не выплатит ссуду в срок, тем больший ссудный процент будет взимать кредитор, чтобы компенсировать этот риск; 2) $c_{p o ч н о с т ь}$: долгосрочные ссуды обычно выдаются по ставкам процента более высоким, чем краткосрочные, потому, что кредиторы долгосрочной ссуды могут понести финансовый ущерб, так как в течение длительного периода времени им может представиться возможность более выгодного использования ссудного капитала; 3) $o г р а н и ч е н и е$ условий конкуренции на рынке: банк в небольшом городке, монополизирующий местный денежный рынок, может

взимать высокие ставки. С другой стороны, крупная корпорация может изучить деятельность конкурирующих инвестиционных банков по выпуску новых облигаций и тем самым обеспечить низкую ставку. Ставка ссудного процента играет значительную роль в развитии экономики, определяя уровень и структуру производства: высокая процентная ставка “душит” инвестиции и сдерживает производство; низкая ставка приводит к увеличению инвестиций и расширению производства.

Способы развития информации в тексте (параллельный и цепной)

По способу **параллельности** могут быть связаны части простого или сложного предложения и отдельные предложения внутри текста, представляющие две или более независимые друг от друга ситуации действительности. В каждой из этих частей есть смысловой центр – новая информация (Н1, Н2 и т.д.— в предложении и микротемы - МТ1, МТ2 и т.д.— в тексте). Независимые ситуации объединены известной информацией – данным (Д) в предложении и предложением, в котором выражена коммуникативная задача (КЗТ), в тексте. Предмет или явление в таком случае описывается с разных сторон. Параллельный способ связи информации внутри предложения:

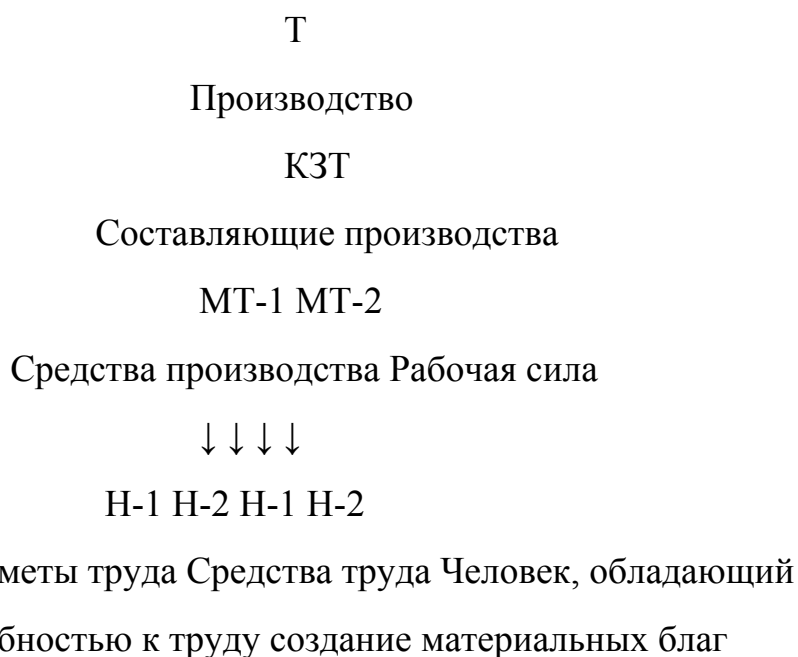
Социалистический вариант индустриального развития сопровождался отказом от рыночных отношений и использованием внеэкономических мер принуждения к труду – идеологизация общества, политические репрессии.

В этом предложении данная информация (Д) – социалистический вариант индустриализации. Новая информация (Н) объясняет, в чем именно он (вариант) заключается. Новая информация представлена двумя ситуациями действительности: первая: отказ от рыночных отношений (Н1), вторая: использование внеэкономических мер принуждения (Н2). Ситуации не зависят друг от друга, следовательно, между ними параллельная связь информации.

Параллельный способ связи информации между предложениями в тексте:

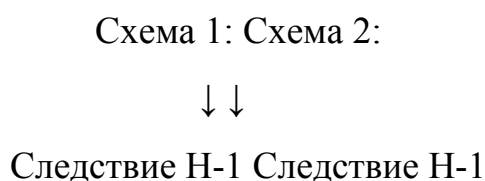
Основу жизни человека составляет производство материальных благ. Чтобы начать производство, необходимо иметь средства производства и рабочую силу. Средства производства – это предметы труда (например, ткань, из которой шьют пальто) и средства труда (ножницы, игла, швейная машинка). Человек, обладающий способностью к труду, является рабочей силой и, пользуясь средствами производства, создаёт материальные блага, т.е. производит продукцию.

Коммуникативная задача текста отражена во втором предложении. Чтобы начать производство, необходимо иметь средства производства и рабочую силу. Смысловым центром является средства производства и рабочая сила, т.е. составляющие производства. МТ-1 – средства производства, МТ-2 – рабочая сила. МТ-1 раскрывается с помощью Н-1 – предметы труда и Н-2 – средства труда. МТ-2 раскрывается посредством Н-1 – человек, обладающий способностью к труду и Н-2 – создание материальных благ. Следовательно, в тексте наблюдается параллельный способ связи информации между предложениями. Такую связь можно отразить в модели текста:



Цепной способ развития информации

Информация текста может развиваться последовательно. Каждая новая информация вытекает из предыдущей: Н-2 из Н-1, Н-3 из Н-2 и т.д. Новая информация в таком случае развивается как бы по цепочке. Такой способ развития информации называется цепным. Явление описывается только с одной какой-либо стороны. Логико-грамматические отношения при цепном способе могут разворачиваться как причинно-следственные и условно-следственные, выражаются с помощью различных моделей предложения: что вызывает что, что ведет/приводит к чему, что является причиной чего, что обуславливается чем, что свидетельствует о чем. Схематично цепной способ развития информации текста можно представить так:





причина условие

Следствие Н-2 Следствие Н-2



Следствие Н-3

Рассмотрим пример цепного развития информации между предложениями, соединенными причинно-следственными отношениями.

В недрах рабовладельческого способа производства зародились элементы феодализма. Это связано с тем, что труд рабов был малопродуктивным. Это стало тормозом в развитии общества. Поэтому рабам стали давать определенную долю свободы.

Цепная связь информации текста развивается как причинно-следственная. Средствами выражения причинно-следственных отношений служат слова и словосочетания: это связано с тем, что; поэтому. Причина, начинающая цепное развитие информации в тексте, – зародились элементы феодализма (Д). Взаимосвязанные следствия – малопродуктивный труд рабов (Н-1), тормоз в развитии общества (Н-2), определенная доля свободы (Н-3).

Элементы феодализма



Малопродуктивный труд (Н-1)



Тормоз в развитии общества (Н-2)



Определенная доля свободы (Н-3)

Цепная связь - структурное сцепление предложений, непрерывное движение мысли от одного предложения к другому осуществляется обычно через повтор выделяемого в предыдущем предложении слова (члена предложения) и развертывания его в последующем.

Основными средствами связи выступают лексические повторы, лексические и текстовые синонимы, местоимения.

Виды цепной связи

Примеры взаимосвязи предложений

Способы связи

1. Одно из великолепных полотен Кастеева – портрет Амангельды Иманова.

Работа над портретом была затруднена из-за отсутствия прижизненных изображений и фотографий («Казахстанская правда»).

Лексический повтор.

2. У Барласа узкая серебряная борода, почтенная внешность и звонкий голос. Он сразу понравился Абаю (М.Ауезов).

Местоименная замена.

3. Как-то в разгар их захватывающей беседы издали приехали два гостя: старик и юноша. Молодого Абай знал раньше и страшно обрадовался, увидев его (М.Ауезов).

Синонимическая связь.

4. Выпал снег. Чистой, белой скатертью покрылась и отдыхает земля.

Замена слова образным выражением.

Цепная связь – наиболее распространенный способ соединения предложений в тексте.

Для связи предложений в тексте, а также между отдельными его членами используются не только собственно синтаксические средства (структурная соотнесенность предложений), но и средства лексические и морфологические, а также союзы, частицы, слова и словосочетания, выступающие в роли вводных, а также слова, приближающиеся к союзам (типа – прежде всего, сейчас, затем, поэтому, тогда, при этом и т.д.), прилагательные и причастия (типа – предыдущий, предшествующий, следующий, указанный, приведенный, описанный, данный, последний и т.д.), последние особенно характерны для научной и деловой речи.

Третий вид связи между самостоятельными предложениями – присоединение. Это такой принцип построения высказывания, при котором часть его в виде отдельной, как бы дополнительной информации прикрепляется к основному сообщению.

Например:

Пахло морем – йодного духа влагой, а от земли – нагревающимися камнями и листвою деревьев... И еще существовал мул на острове, возможно, один – единственный, чудной и старый. (Ч.Айтматов. Бахиана).

В приведенном примере второе приложение присоединяется к первому с помощью союза «и» и частицы «ещё» и сообщает дополнительную информацию.

Абзац и сложное синтаксическое целое.

Абзац – отступ вправо в начале первой строки (красная строка) и часть текста между двумя отступами, обрамляющий начало новой мысли, сигнализирующий об окончании предшествующей. Важнейшая функция абзаца – графическое, пунктуационное выделение, оформление композиционно-синтаксических единиц текста – сложных синтаксических целых, фрагментов. Но нередко абзацное членение текста не совпадает с его композиционно-синтаксическим членением. Это присуще речи

эмоциональной, в которой абзац выполняет экспрессивно-выделительную функцию.

Например:

Весь остаток дня они неспешно плыли в тумане. Бесцельно и неизвестно куда.

После того как люди пришли в себя и осознали свое положение, стоять на месте было уже невозможно.

И они плыли. Быть может, приближаясь к земле, а возможно, напротив, удаляясь от нее.

Но все-таки в этом имелась какая-то иллюзия движения.

Вся надежда была на то, что туман рассеется и тогда станет ясней, что к чему.

Во всяком случае, ночью можно будет увидеть звезды, если рассеется туман. Перво-наперво необходимо было ухватиться за звезды.

И еще была надежда, что натолкнутся на какой-либо остров. А там будет легче сориентироваться.

Так они и плыли пока в никуда – все время в туман.

(Ч.Айтматов. Пегий пес, бегущий краем моря).

Нетрудно представить себе этот текст, оформленным в один или два абзаца, но автор посчитал нужным выделить восемь частей. Выделение каждого абзаца в данном тексте создает такое впечатление, словно мысль – волна медленно выплывает в сознании автора-рассказчика. Если представить себе этот отрывок, написанным слитно, то потеряется его эмоционально-экспрессивная нагрузка.

Задание № 1. Прочитайте тексты. Определите в них способ развития информации. Начертите схему развития информации в тексте.

Текст 1. Производительные силы и экономические отношения развиваются и изменяются. Но эти изменения происходят не хаотично. Если посмотреть внимательно, то можно заметить взаимосвязь изменений в различных экономических явлениях (сферах). Постоянно повторяющиеся, устойчивые причинно-следственные связи экономических процессов проявляются как экономические законы.

Текст 2. Основу рыночной экономики составляет товарное производство. Производство может быть натуральным и товарным. Если продукты производятся для удовлетворения потребностей производителя и его семьи, то такое производство называется натуральным. Если же продукт производства предназначается для удовлетворения потребностей других людей – куплю-продажу, то такое производство является товарным.

Текст 3. Стоимость обнаружить в товаре при помощи какого-либо (физического, химического и т.п.) анализа нельзя. Она проявляется лишь в приравнивании данного товара к другим товарам в процессе обмена. По мере увеличения производства товаров стали возникать трудности в обмене. Например, владельцу сапог нужна пшеница, хозяину пшеницы не нужны сапоги, нужна корзина. Появилась потребность в таком товаре, который бы обменивался на любой другой товар, то есть был бы всеобщим эквивалентом. В различных конкретных условиях роль всеобщего эквивалента выполняли различные товары: скот, шкуры зверей, соль, ракушки и т.д. Постепенно роль всеобщего эквивалента закрепилась за золотом, его стали называть деньгами.

Текст 4. По степени значимости потребности располагаются в следующем порядке: физиологические потребности, потребности самосохранения, социальные потребности, потребности в уважении и потребности в самоутверждении. Человек будет стремиться удовлетворять в первую очередь самые важные потребности. Как только ему удаётся удовлетворить какую-либо важную потребность, она на время перестаёт быть движущим мотивом. Одновременно появляется побуждение к удовлетворению следующей по важности потребности. Например, голодающего человека не интересуют ни события, происходящие в мире искусства, ни то, как на него смотрят и в какой мере уважают окружающие, ни то, чистым ли воздухом он дышит. Но по мере удовлетворения очередной наиболее важной потребности на первый план выходит следующая за ней.

Текст 5. Современная концепция маркетинга прошла долгую эволюцию. Как особый подход к управлению производством и реализацией, маркетинг появился в начале XX века. Главным условием его появления являются изменения в производстве. Конец XIX века и начало XX века характеризовались быстрым развитием отраслей материального производства, в первую очередь, промышленности. Производство было крупносерийным, массовым. На рынке обострилась проблема сбыта, обострилась конкуренция. В этот период маркетинг увязывался, главным образом, с реализацией товара. Однако в дальнейшем функции маркетинга значительно расширились. Определённую роль в этом сыграл и кризис перепроизводства 1929-1933 гг. Стало ясно, что теперь уже недостаточно выпускать много хорошей продукции, необходимо ещё знать, какие изделия и почему хотят покупать потребители, какие цены потребители готовы заплатить, в каких регионах и почему спрос на изделия наиболее высокий и т.д. Маркетинг приобретает более комплексный характер. С его помощью фирма получает полную информацию о состоянии рынка, разрабатывает производство нужной потребителю продукции и обеспечивает её продвижение к потребителям, предоставляет им дополнительные фирменные услуги.

Текст 6. Продуктивность земли бывает естественной (как дар природы) и экономической. К естественной относятся климатические условия, местоположение к рынкам. С естественной продуктивностью связано возникновение дифференциальной ренты I (первого рода). Экономическая продуктивность земли является результатом такого вложения капитала в землю, которое ведет к повышению её естественного плодородия (удобрения, мелиорация, механизация, строительство дорог и т.д.). Излишек дохода над прибылью в условиях экономической продуктивности (интенсификации) называется дифференциальной рентой II (второго рода).

Текст 7. Экономисты различают четыре довольно несхожие рыночные модели: чистую конкуренцию, чистую монополию, монополистическую конкуренцию и олигополию. Основные дифференциальные признаки моделей рынка можно сформулировать следующим образом: 1) число фирм, производящих данный товар, 2) условия вступления в отрасль, 3) контроль над ценой, 4) неценовая конкуренция, 5) качество продукции. Чистая конкуренция характеризуется очень большим числом фирм, производящих стандартизированную или однородную продукцию, контроль над ценой отсутствует, условия вступления в отрасль легкие, неценовая конкуренция отсутствует вследствие стандартизации продукции. Примером служат рынки сельскохозяйственных товаров, фондовая биржа, рынок иностранных валют. Чистая монополия существует, когда одна фирма является единственным производителем продукта, у которого нет близких заменителей, то есть нет альтернатив. Покупатель должен покупать товар у монополиста или обходиться без него. Чистый монополист диктует и контролирует цену. Причина очевидна: он выпускает и контролирует общий объём производства. Чтобы продолжать свое существование чистый монополист ставит экономические, технические, юридические препятствия вступлению в отрасль новых конкурентов. Классическим примером чистой монополии могут быть газовые, электрические и телефонные компании. Сохранили позиции чистой монополии алмазный синдикат “Де Бирс”, который эффективно контролирует от 80 до 85 % мирового предложения алмазов; “Дженерал моторз”, “Истман Кодак” и другие. Монополистическая конкуренция представляет собой такую рыночную модель, при которой относительно большое число небольших производителей предлагает похожую, но не идентичную продукцию. Её признаки: каждая фирма обладает относительно небольшой долей всего рынка, поэтому имеет очень ограниченный контроль над рыночной ценой, сговор искусственного повышения цен почти невозможен. Экономическое соперничество сосредотачивается на цене, на качестве продукта, рекламе. Основные признаки олигополии: господство нескольких фирм, каждая из которых обладает значительной долей рынка; продукты могут быть одинаковыми или

значительно дифференцированными; контроль над ценами 98 ограничен взаимной зависимостью, может быть значительным при тайном сговоре; наличие существенных препятствий при вступлении в отрасль; типична неценовая конкуренция. Примером может служить: производство стали, сельхозинвентаря, многих бытовых электроприборов.

Задание 2. Прочитайте тексты. Определите, как осуществляется в них содержательная связность.

1) Для производства продуктов и услуг нужны ресурсы. Ресурсы, которые участвуют в производстве продуктов и услуг, называются факторами производства. К ним относятся природные ресурсы, человеческие и капитальные (денежные) ресурсы. Но часто экономисты используют другие термины, когда говорят о факторах производства. Например, используют термин «земля», когда говорят о природных ресурсах, термин «труд», когда говорят о человеческих ресурсах, термин «капитал», когда говорят о денежных ресурсах.

2) Решение проблемы макроэкономического равновесия предполагает научно обоснованный выбор устраивающего всех в обществе способа использования ограниченных производственных ресурсов для создания различных товаров и их сбалансированное распределение между различными членами общества. Сбалансированность означает здесь достижение совокупной пропорциональности. Различают частичное, общее и реальное равновесие рынков.

3) Реформирование экономики Казахстана невозможно без предпринимательства, существование и развитие которого регламентируется законами РК. В переходный период руководством страны был принят ряд таких законов: «О свободе хозяйственной деятельности и развитии предпринимательства», «Об индивидуальном предпринимательстве», «Об акционерных обществах» и др. Эти законы определяют основные правовые, экономические и социальные условия и гарантии, обеспечивающие свободу предпринимательской деятельности граждан и юридических лиц при осуществлении ими предпринимательства.

Задание № 3. Расположите данные предложения в логической последовательности так, чтобы они составили текст.

1. Мировой экономический кризис 1929-1933гг. положил конец эпохе монометаллизма. 2. Это была эпоха биметаллизма. 3. Первоначально роль денег выполняли два металла: золото и серебро. 4. При монометаллизме в качестве денежного материала стал использоваться лишь один металл – золото. 5. Началось формирование системы неразменных кредитных денег. 6.

Ее отличительные черты: господствующее положение кредитных денег, демонетаризация золота и др.

Задание 4. Расположите абзацы в логической последовательности. Составьте из них текст.

1. Если продукт предназначается для продажи, то, естественно, его владелец подсчитывает, какие затраты труда потребовались для его производства. Обменивая свой товар, товаропроизводитель исходит из трудовой эквивалентности, из его стоимости. Следовательно, стоимость – это овеществлённый в товаре общественный труд. Она не имеет ни физических, ни химических свойств, ее нельзя обнаружить лабораторными испытаниями. Проявляется она в процессе обмена, когда одна потребительная стоимость приравнивается к другой потребительной стоимости. Приравнивание происходит в определённых пропорциях, соответствующих стоимости товара. Иначе говоря, стоимость проявляется как меновая стоимость.

2. Общественная потребительная стоимость товара заключается в том, что она удовлетворяет потребность в предметах потребления или в средствах производства не самого производителя, а других членов общества, которые не производят данный продукт.

3. Два свойства товара обусловлены двойственным характером труда. С одной стороны, он – конкретный труд, затрачиваемый в определённой полезной форме, характеризующийся определёнными навыками, умениями, знаниями. Как таковой, он создает потребительную стоимость (пальто, хлеб и т.д.). Конкретным характером отличается один вид труда от другого. Но у всякого вида труда есть нечто общее, а именно, он – сгусток энергии (умственной, физической). И если отвлечься от конкретной формы труда и посмотреть на него с физиологической стороны, как на сгусток энергии, то обнаруживается абстрактный характер труда. Он создает стоимость. Абстрактный труд представляет собой общечеловеческий труд, общественный характер которого проявляется в процессе товарного обмена.

4. Самым распространённым экономическим явлением в рыночном хозяйстве является товар. Без товара нет рынка. Товар – продукт труда, произведённый для обмена путём купли-продажи. Чтобы продукт стал товаром, он должен иметь два свойства: общественную потребительную стоимость и стоимость.