

## **К ПОНЯТИЮ ИНФОРМАТИВНОСТИ ТЕКСТА В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

В нашем исследовании текст рассматривается как любая последовательность графических или звуковых языковых знаков, имеющих единое назначение. Текст характеризуется также своим лексическим составом, спецификой речевых средств, синтаксической и логической структурами и другими особенностями. Однако для межкультурной коммуникации существенны универсальные характеристики текста и в первую очередь характеристика, связанная с его содержанием. Эту характеристику называют информативностью текста.

В процессе линейного развертывания мысли в речи информативность различных отрезков речи представляет собой неравнозначную величину. Одни из них содержат чрезвычайно ценную информацию, другие повторяют уже известную.

Органы чувств воспринимают речь, и соответствующие центры мозга ее перерабатывают не непрерывно, а путем накопления порций информации, что ведет к неравномерному распределению ее в тексте. Как отмечает Р.Г. Пиотровский, распределение информации в тексте имеет квантовый характер. Наименьшие смысловые отрезки текста логически объединяются в предложения, которые таким образом показывают взаимодействие предметов, явлений, признаков между собой. Предложение распадается на речевые отрезки в виде островков информации — квантов информации, которыми обычно становятся развернутые обозначения (номинации), связанные между собой глаголом-сказуемым, т.е. слова, обозначающие субъект и объект действия, обстоятельства места, времени, образа действия. При этом связующим звеном предложения будет глагольный узел.

Сегментация речевого потока происходит по принципу сохранения непрерывности речевой цепочки при условии непосредственного следования управляемого слова за управляющим. В речевом произведении управляющим или управляемым компонентом может быть только самостоятельное слово, т.е. такой элемент высказывания, который включает в себя некоторую сумму значений и способен выполнять коммуникативные функции. А все несамостоятельные составные части высказывания рассматриваются как часть управляемого или управляющего компонента. При сегментации предложения подлежащее или группа подлежащего рассматриваются как речевой отрезок, подчиненный глагольному сказуемому.

В любом сегменте может быть только один квант информации, который либо включает в себе что-то новое для получателя, либо повторяет уже сказанное. Некоторая часть речевых сегментов избыточна, и чем больше их количество, тем менее информативен текст. Имеются речевые сегменты, в которых вообще нет информации, так называемые «пустые» сегменты.

С точки зрения коммуникативной ценности необходимо различать информацию: основную или ключевую; дополнительную; уточняющую, которая ничего нового не несет; повторную, характерную особенно для ораторской речи; нулевую (слова-

паразиты). Информацию каждого речевого сегмента также можно отнести к одному из этих видов. Соотношение количества речевых сегментов с ключевой информацией и общего количества сегментов говорит об информативности текста.

Любой текст включает в себе обычно одну доминирующую информацию (тема), все другие единицы текста (предложения, смысловые сегменты, лексические единицы) также несут на своем уровне одну доминирующую информацию, ценность которой определяется в тексте в целом. Распределение информации в тексте подчинено некоторым закономерностям, среди которых важно отметить концентрацию ключевой информации в начале текста и чередование сегментов уникальной информации с сегментами, содержащими прочую информацию.

## **Секция 2**

# **БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР**

---

---

*О.А. Бокун, И.И. Корабельникова, Ж.И. Салущева*  
*БГЭУ (Минск)*

### **КОММУНИКАЦИЯ С КЛИЕНТАМИ: РАЗВИТИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ**

В эпоху глобализации в овладении межкультурной компетенцией заинтересованы многие специалисты: экономисты, финансисты, юристы и т.д. Позитивная межкультурная коммуникация предполагает коммуникацию с представителями других культур с целью минимизации возможных конфликтов, достижения взаимопонимания и максимизации способностей, позволяющих устанавливать доверительные отношения. Эта компетенция требует умения правильно интерпретировать вербальные и невербальные признаки поведения. Для экономистов признание существования культурных различий означает содействие процветанию их предприятия, сохранение персонала, улучшение обслуживания клиентов и т.д.