

## ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЯЗЫКА

С.С.Ануфриева (Витебск, Беларусь)

ПРОБЛЕМА ВОСПРИЯТИЯ ТЕКСТА РЕЦИПИЕНТОМ С ПОЗИЦИИ  
КОММУНИКАТИВНО-ДЕЯТЕЛЬНОСТНОГО ПОДХОДА

Неоспорим тот факт, что всякий текст вписан в контекст коммуникации, то есть текст создается в целях коммуникации. С одной стороны, коммуникативная установка автора текста на его реципиента является естественным и неперенным условием создания текста. С другой стороны, обязательным условием существования и функционирования текста является определенная установка реципиента (понять, интерпретировать), более или менее соответствующая установке автора текста. В таком случае можно говорить о процессе создания и восприятия текста как о коммуникативном акте. Это замечание указывает на необходимость анализа текста и с позиции адресата, и с позиции автора.

Текст или его фрагмент существуют как произведение речи, зафиксированное на письме. Такой текст обладает двойственной природой – состоянием покоя и движения (И.Р.Гальперин); его специфическими признаками являются, наряду с другими, "статика" и "динамика текста", два состояния (А.И.Новиков, 1982).

При статическом состоянии текст – результат мыслительно-речевой деятельности, это внешняя форма текста, которая может существовать независимо от ее восприятия. По мнению Ю.А.Сорокина (1991), "без читателя книга – мертва. И мертва до тех пор, пока вы не снимете ее с полки и не начинаете читать. Тогда она оживает". При динамическом состоянии – это текст в процессе его порождения, восприятия и понимания.

*Коммуникативно-деятельностный подход* к тексту позволяет перенести хорошо разработанную модель деятельности и применить ее основные положения к анализу текстов. Прежде всего это – анализ текста в соответствии с коммуникативной задачей, которая включает в себя мотивы, цели, замысел автора, представление об адресате. То, что читатель неоднороден по своему характеру, склонностям, уровню подготовленности, восприимчивости и т. д., признано уже давно, и уже давно существует деление книжной продукции по принципу *ориентации* на различные контингенты читателей. Известно, что одну и ту же информацию ее автор может передать различными способами в разной форме в зависимости от особенностей предполагаемого реципиента.

Художественный текст является образным пониманием мира, личностно-отмеченным отражением действительности. Это ставит проблему *общедоступности* его понимания читателями, обладающими собственными представлениями о мире, оперирующими своими системами оценок мира, имеющими тезаурус, который может не совпадать с тезаурусом автора и т.д.

Одна из важных особенностей процесса создания текста заключается в том, что в процессе развертывания смысла текста автор ориентируется на такое понимание текста со стороны читателя, которое было бы адекватно его замыслу. "Одним из самых существенных факторов, оказывающих прямое влияние на построение текста ..., – пишет В.А.Звегинцев (1980), – является то, что данная интерпретация осуществляется не только для самого говорящего (ему это необходимо для осмысления событий), но и с обязательным учетом адресата. Совершенно очевидно, что об одном и том же событии мы по-разному рассказываем различным собеседникам". Ориентация на понимание текста выступает в качестве обратной связи для автора (А.И.Новиков, 1991).

При порождении текста замысел автора, конкретизируясь содержательно, разворачивается в синтагматически организованный вербальный текст. Таким образом, знаковая форма текста является фундаментом для читательского представления о содержании текста. Неоспорим тот факт, что первичный уровень содержания, с которым сталкивается читатель, заключается в естественном языке, на котором написан текст. То есть текст – это как бы пучок мотивов, целей, задач, замыслов, реализуемых с помощью языковых средств.

Восприятие текста происходит на нескольких уровнях: от уровня непосредственного восприятия знаковой формы реципиент переходит к уровню понимания смысла высказываний, а от него – к уровню восприятия текста как законченной и целостной структуры. Тем самым смысловая структура текста и знаковая форма его представления (объем, синтаксис, язык) выполняют организующую роль в формировании смысла текста в сознании реципиента. Следует также указать на такие элементы текста, как композиция, риторическая организация, стилистическое оформление, которые играют не менее важную роль в процессе восприятия текста.

При восприятии текста может произойти рассогласование между авторским замыслом и представлением о содержании текста, возникшем у читателя после его прочтения. Это может быть вызвано как самим текстом (нечеткой выраженностью авторской программы, принципиальной открытостью или незавершенностью текста или в целом многоуровневостью его смысловой организации), так и тем, что восприятие текста носит субъективный характер.

В процессе восприятия у каждого читателя возникают его собственные лично-значимые ассоциации на текст и его элементы. Конечно, тот факт, что одно и то же произведение по-разному воспринимается разными людьми, не может быть объяснен исключительно индивидуальными психологическими особенностями реципиентов. Важное место здесь принадлежит исторической

культуры, традициям национальной культуры и т.д., иначе говоря, – социально-историческим предпосылкам. Однако не сама по себе культура задает то или иное "прочтение" текста, а культура, реализованная в сознании реципиента, то есть степень принадлежности (приобщенности) реципиента к определенной социокультурной общности влияет на результат понимания текста. Наложение социального опыта на индивидуальные особенности образует основу неповторимости читательского восприятия.

Таким образом, думается, что восприятие текста предполагает воссоздание его в сознании реципиента как результат его активной деятельности, творчества, а точнее, сотворчества автора и реципиента.

Л.Б.Армоник (Минск, Беларусь)

#### ОСМЫСЛЕНИЕ ПРОИЗВОДНЫХ СЛОВ С РАЗЛИЧНОЙ СТЕПЕНЬЮ ФРАЗЕОЛОГИЧНОСТИ СЕМАНТИКИ

Информация, заключенная в производном слове, передается в определенной мере эксплицитно, посредством морфологического строения, поэтому вычленение и осмысление морфем является важным шагом на пути от формы слова к его значению. Однако обычно значение производного слова полностью не выводится из значений составляющих морфем, что обусловлено фразеологичностью его семантики. Наличие или отсутствие в семантике производных слов компонентов, не входящих ни в производящую основу, ни в морфемную часть, позволяет разделить все производные слова на две группы: *слова с фразеологичной семантикой* и *слова с нефразеологичной семантикой*. Слова с фразеологичной семантикой неоднородны. Наиболее высокую степень идиоматичности имеют производные, утратившие семантическую связь с производящим.

В ходе психолингвистического изучения внеконтекстной семантизации неизвестных слов русского языка иностранными учащимися были использованы группы производных слов: 1) с высокой степенью идиоматичности, 2) с низкой степенью идиоматичности, 3) с неидиоматичной семантикой. Критерием большей или меньшей степени идиоматичности было соответственно отсутствие или наличие однокоренного слова к толкуемому в словарной дефиниции в "Словаре русского языка" под ред. А.П.Евгеньевой (М., 1985–1988).

Основным способом семантизации всех трех групп слов является *лексическая конкретизация* на основе идентификации морфем в рамках словообразовательной модели. При узуальной идентификации морфем и подведении слова под "свою" словообразовательную модель этот способ позволяет приблизиться к действительному значению слова. Возможность