
Мовазнаўства



Г.Н. ТРЕТЬЯКОВА

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММУНИКАЦИИ И ТЕКСТОВАЯ ДИНАМИКА СЕМ

Формулируются положения семантико-топологической концепции, разрабатываемой автором в рамках теории эффективности коммуникации. Прослежена взаимосвязь между реализацией семантического эффекта резонанса на базе семы 'близко' и возникновением коммуникативных эффектов двух типов – когнитивно и социально ориентированных.

Some principles of semantic-topological conception, which are developed by the author within efficient communication theory, have been formulated. Connection between realizing semantic resonance-effect (based on the seme 'near') and achieving communication effects of two types (cognition and social directed) is surveyed.

Проблема эффективности коммуникации приобретает в современном обществе все большее практическое значение. Успешность речевого воздействия влияет на многие виды человеческой деятельности, способствуя ускорению и совершенствованию их отдельных этапов, а также гармонизации межличностных отношений. Стимулирующая роль эффективности коммуникации в различных видах человеческой деятельности и в регулировании межличностных отношений делает данный феномен важнейшим объектом исследования современной науки (см. Hägg 2003).

При анализе параметра эффективности (успешности) коммуникации целесообразно выделять три типа взаимодействий, которые, попадая в фокус анализа, определяют содержание данного термина: а) продуцент $\leftrightarrow$ текст; б) реципиент $\leftrightarrow$ текст; в) текст $\leftrightarrow$ социум.

В зависимости от фокусируемого взаимодействия под успешностью коммуникации может пониматься: а) эффективность процесса порождения текста, которая связана с языковой правильностью текста, продуктивностью его создания и т. д. (Reichert 1999, 2) (в фокусе внимания взаимодействие продуцент $\leftrightarrow$ текст); б) эффективность процесса восприятия текста, которая обусловлена высокой степенью декодируемости смысла текста и намерения говорящего (см. Дейк 1989; Chevalier 2002) (в фокусе внимания взаимодействие реципиент $\leftrightarrow$ текст); в) эффективность функционирования текста в социуме, т. е. его способность влиять на различные виды деятельности человека, что обеспечивается прагматическим потенциалом текста (см. Thiele 2003) (в фокусе внимания взаимодействие текст $\leftrightarrow$ социум).

В данной работе эффективность коммуникации рассматривается в третьем из обозначенных аспектов – с точки зрения возможности текста (художественного) модифицировать вербально-невербальную деятельность членов социума, т. е. с точки зрения прагматического потенциала текста, благодаря которому он становится важным компонентом системы социальных взаимодействий.

Эффективность коммуникации в интересующем нас аспекте (взаимодействие текст $\leftrightarrow$ социум) может анализироваться в зависимости от типа модифицирующего влияния текста и его места среди других воздействую-

щих факторов. С учетом данных параметров речевое воздействие в аспекте текст ↔ социум можно подразделить на два типа – управляющее и эстетически ориентированное. Управляющее воздействие связано с нацеленностью коммуникации на достаточно специфическую реакцию членов социума в определенных ситуативных условиях (политические тексты, тексты общо-разговорного стиля). Эстетически ориентированное воздействие связано со стереотипными моделями вербального и невербального поведения, вызываемыми чувством эстетического наслаждения, испытываемым реципиентами при их взаимодействии с текстом (художественные тексты).

В первом типе речевого воздействия – управляющем – текст выступает как одна из нескольких переменных, роль которой при воздействии часто стремится к нулю. При втором типе речевого воздействия – эстетически ориентированном – текст становится, как правило, ведущим фактором изменения вербального и невербального поведения реципиента при модифицирующем влиянии ситуативных и прагматических факторов. Такой тип речевого воздействия характерен при взаимодействии художественный текст – социум.

В работе анализируется второй тип речевого воздействия – эстетически ориентированное, связанное со стереотипными моделями вербального и невербального поведения реципиентов. К стереотипным моделям, свидетельствующим об успешности или неуспешности эстетически ориентированного воздействия, относятся, по нашему мнению, следующие:

- когнитивные модели (соотносятся с интенсификацией когнитивной деятельности реципиентов);
- социальные модели (связаны с типом поведения реципиентов в социуме).

Оба типа моделей взаимосвязаны, поскольку об интенсификации когнитивной деятельности можно судить лишь косвенно, по выбору приоритетного направления последующего вербального и невербального поведения реципиентов.

Когнитивные модели, базирующиеся на различной степени устойчивости ментальных структур (т. н. нестабильных репрезентаций, возникающих при влиянии текста на систему знаний реципиента), имеют, с нашей точки зрения, четыре модели:

- **А** (минимальная степень устойчивости) – ментальные структуры, возникающие при взаимодействии художественного текста с предшествующим опытом реципиента, не поддерживаются поступающей информацией, поэтому степень их устойчивости минимальна; влияние таких структур на последующее поведение реципиента отчетливо не выражено;
- **В** (низкая степень устойчивости) – конфигурация ментальных структур, складывающихся при взаимодействии информации художественного текста с предшествующим опытом реципиента, относительно устойчива; совокупность этих структур предстает как база для формирования некоего возможного мира; информация, оцениваемая по параметрам достоверности, полезности, интереса и т. д., получает по некоторым аспектам оценку положительно; влияние на поведение преимущественно стимулирующего характера (поддерживает дальнейшее совершение того же типа деятельности, который привел к образованию структур данной конфигурации);
- **С** (средняя степень устойчивости) – в ментальных структурах, складывающихся под влиянием художественного текста, имеет место перераспределение – временное – узлов по степени активности (важности) по сравнению с обычным их распределением; такие изменения обуславливают совершение реципиентом вербальных и невербальных действий, которые в предшествующем состоянии ментального пространства не рассматривались как необходимые;

• **Д** (высокая степень устойчивости) – под влиянием информации текста происходит не временное, а достаточно устойчивое изменение в конфигурациях ментальных структур; в этом случае речь идет об изменении знаний и ценностных установок реципиента, что влечет за собой изменение направления в стереотипном вербальном и невербальном поведении реципиента.

Базовой когнитивной моделью, связанной с успешностью эстетически ориентированного воздействия, выступает в настоящей работе модель С (средняя степень устойчивости нестабильных репрезентаций, возникающих при восприятии текста). Эта модель, основанная на перераспределении узлов по степени активности (важности), максимально динамична, поскольку связана с активизацией значительной части ментального пространства (для обработки текста широко привлекается информация, эксплицитно не выраженная в его структуре, что в обиходе называют размышлениями).

Модель В (низкая степень устойчивости) следует рассматривать как предварительное условие для интенсификации когнитивных процессов (размышлений реципиентов), модель Д – как одно из возможных когнитивных следствий успешной коммуникации, поскольку она связана с переходом нестабильных репрезентаций в относительно стабильные, т. е. в знания и верования реципиентов. Модель А также выступает как переходное звено, однако уже на другом полюсе: между зоной бессознательных когнитивных взаимодействий и осознаваемых ментальных структур.

Социальные модели, соотносящиеся с типом поведения реципиентов в социуме, подразделяются в данном исследовании на три вида в зависимости от характера удовлетворяемой потребности продуцента:

- модель **Приобретение** (устойчивый спрос на книги) – обеспечивает рост тиража изданий, оказывает благоприятное влияние на финансовые аспекты жизнедеятельности продуцента, т. е. способствует – через повышение его благосостояния – удовлетворению его первичных потребностей (в еде, жилище и т. д.), а также частично потребности в безопасности;

- модель **Приглашение** (интенсивные контакты с читателями и др.) – способствует удовлетворению потребности в принадлежности, т. е. потребности быть членом группы;

- модель **Признание** (перевод книг на многие языки, премии и т. д.) – обеспечивает удовлетворение потребности в самооценке и является базой для реализации потребности в самоактуализации.

Данные модели – когнитивные (в их косвенном проявлении) и социальные – выступают критериями при отборе анализируемого материала. Предполагается, что если художественный текст вызывает у реципиентов типичные модели вербального и невербального поведения, ориентированные в направлении желательно для продуцента, то в структуре данного текста есть нечто (языковые предпосылки), обеспечивающее эффективность эстетически ориентированного воздействия.

Задача лингвистики – исследовать такие тексты с целью обнаружения и описания указанных языковых предпосылок успешности коммуникации. И если статический аспект данных языковых предпосылок – за более чем две с половиной тысячи лет исследования феномена речевого воздействия – описан достаточно полно, то динамические параметры текстов, относящихся согласно упомянутому критерию к эффективному, исследованы либо фрагментарно, либо вообще остались вне поля зрения лингвистов. Анализ динамических – наименее изученных – параметров текстов с высоким потенциалом эстетически ориентированного воздействия посвящена данная работа.

В отобранных художественных текстах (эффективных с точки зрения указанных когнитивно-социальных критериев) мы исследуем взаимосвязь

между некоторыми динамическими характеристиками текста, с одной стороны, и коммуникативными эффектами – с другой. Предполагается, что особенности этой взаимосвязи влияют на способность текста оказывать эстетически ориентированное воздействие на реципиента. Выявление особенностей этой взаимосвязи – важнейший шаг на пути исследования языковых предпосылок динамического характера, обуславливающих эффективность коммуникации.

В качестве важнейшей динамической характеристики в работе рассматривается текстовое резонирование сем, в первую очередь топологически маркированной семы 'близко'. Выбор семы 'близко' при исследовании процессов текстового резонирования объясняется тем, что она имеет ту или иную степень присутствия в семантической структуре (в ядре или периферии разной степени глубины) достаточно большого количества языковых единиц, поскольку связана с кодированием топологических характеристик объекта, которые осознаются и усваиваются детьми на начальных этапах процесса познания. Присутствие семы 'близко' в семантической структуре значительного количества языковых единиц позволяет устранить (уменьшить) лакуарность при описании текстового поведения данной семы, поскольку дает возможность проследить этапы ее развертывания как в отдельном высказывании, так и в тексте.

Так, в высказывании *Sie hielten einander so fest eingehakt, als wollten sie sich gegenseitig vorm Hinfallen schützen* налицо два типа условий для резонирования семы 'близко': количественные условия (сема 'близко' обнаруживается с большей или меньшей степенью отчетливости практически в каждом компоненте высказывания; сема 'близко' получает процедуральную поддержку за счет форм множественного числа *sie, hielten, wollten*, переходности глаголов *halten, schützen*, а также за счет алгоритма обработки рамочной конструкции *wollten... schützen*) и качественные условия (ритм актуализации семы 'близко' как элемента ядра или периферийной зоны активной семантической структуры лексем; наложение на сему 'близко' эмоционального компонента – за счет конструкции *so fest* – и семы 'не-норма' за счет формы *Konjunktiv* в сравнительном предложении). Чередование фаз усиления/ослабления семы 'близко' при общей тенденции нарастания ее интенсивности (благодаря подключению все новых средств ее выражения) дает основание для предположения о возможном резонировании данной семы на заключительном участке *vorm Hinfallen schützen*.

Коммуникативные эффекты, рассматриваемые в работе с точки зрения резонирования сем, подразделяются на два типа – когнитивно ориентированные и социально ориентированные – в зависимости от ведущего фактора, на котором они базируются. В когнитивно ориентированных эффектах ведущим фактором является закономерность когнитивных процессов, которые используются при формировании условий и реализации того или иного коммуникативного эффекта в тексте. Социально ориентированные эффекты базируются на стереотипных моделях поведения и стереотипных оценках, функционирующих в социуме и отображаемых в художественных текстах. Отнесение коммуникативного эффекта к одной из указанных групп, например к когнитивно ориентированным эффектам, не означает исключения из процесса его формирования факторов второго типа, т. е. социальных. Однако влияние когнитивного компонента при формировании таких эффектов является определяющим.

К эффектам первого типа относятся эффект синхронизации мышления, эффект пиццикато и эффект сенсорной отчетливости. Эффекты второго типа включают в себя эффект реалистичности мира текста, эффект гармонии порядка и хаоса и комические эффекты. В рамках коммуникативных эффектов первого типа особое место занимает эффект, базирующийся на волновом характере коммуникативно-когнитивной деятельности индивидуумов

(эффект концентрации текстового пространства вокруг точек стабильности). В коммуникативных эффектах второго типа следует особо выделить эффект, связанный со спецификой коммуникативных взаимодействий индивидумов (эффект коммуникативного контакта). В этих двух эффектах преобладание одного из факторов – когнитивного, социального – является незначительным, что затрудняет проведение строгих границ между указанными группами эффектов и подтверждает континуальный характер элементов процесса вербальной коммуникации.

По каждому из обозначенных коммуникативных эффектов в художественном тексте были выявлены предварительные условия их возникновения и критерии реализации (Третьякова 2003, 400–402). В рассмотренном выше примере можно обнаружить условия, необходимые для возникновения эффекта концентрации текстового пространства вокруг точек стабильности (многократная текстовая актуализация семы 'близко', на базе которой в тексте формируется точка стабильности 'близко'). В последующих фрагментах текста обнаруживается фокусировка семы 'близко' на базе нейтральных с точки зрения данной семы единиц (*Zeit des Finsternis*, выступающих заключительными компонентами последнего высказывания *Wer seinem Vater und seiner Mutter flucht, dessen Leuchte erlischt in der Zeit des Finsternis* в анализируемом абзаце), что можно рассматривать в качестве критерия реализации – при наличии указанных предварительных условий – названного коммуникативного эффекта.

Исследование немецкоязычных текстов художественной прозы, которые обладают в соответствии с указанными выше критериями высоким потенциалом вербального эстетически ориентированного воздействия на реципиента, выявило следующую закономерность: повышение семантической активности топологического компонента в тексте (семантический эффект резонанса на базе семы 'близко'), оставаясь малозаметным для реципиентов за счет средств лексической и процедуральной вариативности, влечет за собой повышение коммуникативной активности текстового пространства (коммуникативные эффекты).

Количественные подсчеты показали, что параллельная реализация в художественных текстах семантического эффекта резонанса и одного из коммуникативных эффектов (когнитивно ориентированных, социально ориентированных) наблюдается в более чем 60 % проанализированных текстовых фрагментов, причем этот показатель оказался несколько выше в когнитивно ориентированных коммуникативных эффектах (81 %), чем в социально ориентированных коммуникативных эффектах (74 %). Хотя максимальный показатель (более 91 %) был обнаружен в одном из социально ориентированных эффектов – эффекте коммуникативного контакта.

Анализ диссипативных процессов, тормозящих реализацию семантического эффекта резонанса при наличии необходимых условий для его возникновения, показал, что наиболее часто в исследуемом материале имели место процессы блокирования активности сем, обусловленные втягиванием в сферу внимания нескольких практически равновероятных возможностей развертывания смысловой линии текста или значительным усилением новых семантических центров.

Исследование динамического аспекта художественных текстов, обладающих высоким потенциалом вербального эстетически ориентированного воздействия, способствует выявлению предпосылок эффективности коммуникации и приближает ученых к решению вопроса, поставленного еще Платоном (Платон 1999, 544), о причинах позитивного реагирования на способы успешного воздействия на реципиентов, интуитивно обнаруживаемые мастерами слова на протяжении более двух с половиной тысяч лет.

ЛИТЕРАТУРА

- Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М., 1989.
 Платон. Апология Сократа, Критон, Ион, Протагор. М., 1999.
 Третьякова Г. Н. Вариативность в аспекте эффективности коммуникации. Мн., 2003.
 Chevalier B. Effektiv lesen: Lesekapazität und Textverständnis erhöhen. Frankfurt; M., 2002.
 Hägg G. Die Kunst überzeugend zu reden. München, 2003.
 Reichert H. Pragmalinguistik und Psycholinguistik // Einführung in die synchrone Sprachwissenschaft. Wien, 1999. S. 14: 1–15.
 Thiele A. Die Kunst zu überzeugen: faire und unfaire Dialektik. Berlin, 2003.

Поступила в редакцию 31.05.2004.

Галина Николаевна Третьякова – кандидат филологических наук, доцент кафедры общего языкознания Минского государственного лингвистического университета.

В.А. ЛЯШЧЫНСКАЯ

ПАРАНІМІЧНАЯ АТРАКЦЫЯ Ў ПАЭЗІІ ЯНКІ КУПАЛЫ

Впервые анализируются близкие по фонетическому оформлению и семантически сближенные в контексте произведения слова, их типы, стилистическая роль в поэзии Янки Купалы.

For the first time the words similar in phonetic form and semantically close in the context of a work, their types, stylistic function in Yanka Kupala's poetry are analysed in the article.

Адной з разнавіднасцей гукавага паўтору ў паэзіі Янкі Купалы з'яўляецца паўтор блізкагучных слоў, ці з'ява паранімічнай атракцыі, калі блізкасць фанетычнага афармлення пераносіцца на семантыку. І тады спалучаны словы, блізкія да паронімаў, але якія не аб'яднаны тоеснасцю марфем. Хаця, на думку В.П. Грыгор'ева, правесці мяжу паміж параніміяй і гукавым паўторам “нялёгка, ды і амаль ці наогул неабходна і магчыма”, паколькі адрозненні паміж імі “часта амаль няўлоўныя, а ў шэрагу выпадкаў не аддзельныя ад суб'ектыўных момантаў успрымання” (Григорьев 1979, 265). Да таго ж пытанне аб тоеснасці ці нятоеснасці марфем у мове паэзіі не галоўнае, паколькі для паэта законаў падзелу слоў паводле гэтых паказчыкаў няма, бо ён сам творыць. Прывядзем цікавую заўвагу, зробленую А.А. Рэфармацкім, аб творчым працэсе паэта: «Цэнтральнае пытанне сувязі фанетыкі і марфалогіі ён вырашае па-свойму, творачы новыя “марфемы” і “чаргаванні” і аказіянальна сямасіялагізуючы выпадковую гукавую блізкасць паміж словамі» (Реформатский 1979, 100).

Так, у страфе-сказе верша “Годзе...”: *Вашу карысць нам і вашы заслугі / Добра ўжо скеміў таптань народ; / Добра вядомы пугі і пугі, / Песціў якімі ваш Заход і Ёсход* звяртае на сябе ўвагу пара назоўнікаў – аднародныя дапаўненні *пугі і пугі*. Паводле значэння яны розныя: *пугі* азначае ‘вяроўкі, кандалы і інш., якімі звязваюць каго-небудзь, каб пазбавіць свабоды рухаў’ і ў пераносным значэнні ‘тое, што пазбаўляе волі, прыгнятае’ (ТСМБ, т. 4, с. 526), а *пуга* – ‘прымацаваны да палкі кавалак вярхоўкі або сырамяці, якім паганяюць жывёлу’ (ТСМБ, т. 4, с. 515), аднак сугучнасць іх афармлення, размяшчэнне побач, аб'яднанне злучнікам і прыводзіць у кантэксте твора да ўзнiкнення сэнсавых сувязей – тое, чым утрымліваюць у паслушэнстве.

У вершы “Новы год” зноў адзначаем ужыванне побач слоў *пугі, пугі* (*Са звонам пуг, са свiстам пугаў*), якія адзначаюцца ў аднаструктурных сінтаксічных словазлучэннях і якія зноў жа ўспрымаюцца як блізкія не толькі паводле гучання, але і значэння ў кантэксте твора. А ў пятай страфе верша “Ты, зялёная дубрава...” чытаем: *Кiнь разгонна весці свету. / Аб сабе, аб сяўбе, / І да неба вестку гэту / Данясі ў кляцбе*; дзе аднародныя да-

* Тут і далей цытуюцца радкі з твораў па выданні: Купала Я. 36. тв.: У 7 т. Мн., 1972–1976.