

М.А. Чернышова

ПОНИМАНИЕ ТЕКСТА «НАИВНЫМ» ЧИТАТЕЛЕМ:
ФАКТОР ЖАНРА

Проблема понимания текста является центральной для ряда современных дисциплин. В психолингвистической теории данный процесс рассматривается в качестве психической деятельности, недоступной для прямого наблюдения и осуществляемой «наивным читателем», не владеющим какой-либо теорией понимания. Важным является тот факт, что изучается именно специфика восприятия текста «наивным читателем», не фиксирующим свое внимание в процессе чтения на различных изобразительно-выразительных средствах языка, в отличие от специалиста в области лингвистики. Читающий и понимающий человек строит в своем сознании образ содержания воспринимаемого текста, или его проекцию, в то же время происходит отсылка к аффективно-когнитивно-перцептивному опыту индивида, т.е. в процессе понимания происходит не только актуализация знания, включенного «во внутренний контекст» предшествующего опыта и переживание отношения к этому знанию в связи с текущей ситуацией, но и прогнозирование возможных путей продолжения сообщения.

Основой для данного утверждения послужила разработанная А.А. Залевской [5] спиралевидная модель, описывающая включение идентифицируемого слова в многоаспектный внутренний (аффективно-когнитивно-перцептивный) контекст во взаимодействии с внешним (вербальным, ситуативным) контекстом. Эта модель полезна и как попытка отобразить формирование проекции текста в сознании «наивного» читателя. (Впервые идея проекции текста, обозначающей психическую сущность, которая отражает результат понимания, сформированного в индивидуальном сознании, была выдвинута в 20-е гг. XX века Н.А. Рубакиным.) Спиралевидная модель представляет собой двунаправленную спираль, «раскручивающуюся» от «тела текста» вглубь многостороннего предшествующего опыта индивида (языкового и неязыкового; осознаваемого и неосознаваемого; перцептивного, когнитивного, эмоционально-оценочного) и в «проекцию текста», которая формируется, дополняется, пересматривается при взаимодействии множества факторов [5: 247]. Процесс создания и восприятия текста, по А.А. Залевской, может быть представлен следующим образом: автор – авторская проекция текста – тело текста – реципиент – проекция текста у реципиента [6].

Результаты анализа исследований особенностей понимания текстов различной жанровой принадлежности, проведенных в Тверской психолингвистической школе, представлены нами в таблице. Содержание таблицы отражает виды / жанры текста, фигурирующие в рассмотренных исследованиях: художественные, естественно-научные, поэтические учебные (адаптированная и оригинальная художественная проза), юмористические тексты (тексты шуток), а также опоры, которые использовались для понимания этих текстов. Таким образом, одним из факторов, определяющих процесс понимания, следует отнести жанровые особенности самого текста. За пределами таблицы остались такие факторы, как индивидуальные психологические и социальные особенности реципиентов и влияние языковой среды на протекание и результат процесса понимания текста той или иной жанровой разновидности.

Таблица

№	Автор, год	Предмет исследования	Вид текста	Язык	Модели понимания текста	Опоры
1	Балдова В.А. 1999	Роль предтекстового комплекса в понимании специального текста	Естествен-нонауч.	Англ.		Знания
2	Бревдо И.Ф. 1999	Механизмы разрешения неоднозначности текста	Шутки	Англ., Русск.	Модель процесса понимания шутки	Ситуация неоднозначности
3	Воскресенский И.В. 2007	Стратегии имплицирования и разрешения неоднозначности	Деловая переписка	Англ.	Модель функционирования неоднозначности в деловой переписке	Ситуация неоднозначности
3	Гвоздева О.Л. 2000	Критерии стандартности/нестандартности; стратегии понимания	Поэтические	Русск.		Факторы нестандартности
4	Корытная М.Л. 1996	Роль заголовка и ключевых слов в понимании текста	Худож. проза	Русск.	«Вихревая» Модель	Заголовок и ключевые слова
5	Соловьева М.В. 2006	Выявление стратегий понимания иноязычного текста	Учебная адаптированная и оригинальная худож. проза	Англ.	Модель понимания инояз. текста	Заголовок, внешняя и внутренняя форма слова, ситуация
6	Рафикова Н.В. 1999	Базовые процессы понимания текста	Худож. проза	Русск.		Модель ситуации
7	Чугунова С.А. 2001	Ментальный образ как медиатор процессов понимания текста	Худож. проза	Англ., русск.		Образ ситуации

Принимая во внимание то факт, что базовые процессы понимания, описанные в первой части данной статьи, являются общими для различных видов текстов, сосредоточимся на специфике понимания различных текстовых жанров. Попытаемся, опираясь на приведенные в таблице психолингвистические исследования понимания текста «наивным» читателем, осуществить их систематизацию в отношении закономерностей и специфики, характерных для данного процесса, на материале различных текстовых жанров.

Тексты художественной прозы служат материалом для проведения исследования в работах М.Л. Корытной, Н.В. Рафиковой и С.А. Чугуновой. В работе [7] изучаются особенности влияния заголовка и ключевых слов на формирование проекции текста в сознании «наивного» читателя. М.Л. Корытная проследила динамику читательской проекции от заголовка, направляющего формирование первой читательской проекции, к тексту. Установлено, что одной из основных функций

заголовок является прогностическая, реализуемая через антиципации или опережающее прогнозирование образа конечного результата деятельности человека, воспринимающего текст. По словам М.Л. Корытной, читатель, побуждаемый заголовком, находится в самом начале процесса антиципации; он формулирует гипотезу развития сюжета произведения или первичную проекцию текста. Вторичная проекция текста представляет собой скорректированное первоначальное представление о значении заголовка и о самом тексте. Автор также выделяет стратегии поведения носителя языка при работе с ключевыми словами.

Выделение опорных элементов и стратегий в процессе понимания текста послужило базой для разработки «вихревой» модели понимания текста, которая, по утверждению автора, является вариантом спиралевидной модели, предложенной А.А. Залевской. «Опорной вершиной вихря» называют заголовок, инициирующий процесс понимания текста индивидом и формирующий первую проекцию текста. «Спокойный столб вихря» представлен ключевыми словами, которые видоизменяют первоначальную читательскую проекцию текста и концентрируют в себе «и увязываемое со словом индивидуальное знание, и тот отрезок выводного знания, который затрагивается контекстом непосредственно воспринимаемого человеком произведения» [Op cit.: 114]. М.Л. Корытная конструирует «вихревую модель» исходя из того, что заголовок и ключевые слова художественного произведения отражают, с одной стороны, авторский замысел, а с другой – особенности их восприятия индивидами.

Научное исследование С.А. Чугуновой строится на изучении еще одного опорного элемента, а именно опоры на образ ситуации. Понимание текста как психический процесс предполагает построение в сознании реципиента образа содержания текста, прежде всего как образа ситуации. Автор утверждает, что образ ситуации не является просто «картинкой», его необходимо рассматривать как «сложную подвижную дискретно-континуальную систему разномодальных и многоуровневых компонентов». Чем более предсказуемой является ситуация, тем более весомой оказывается инвариантная часть самого образа ситуации [11].

В работе [8] уделяется внимание изучению глубинных процессов формирования читательской проекции текста и делается акцент на ее динамической природе. Процессы формирования проекции текста рассматриваются на уровне взаимодействия ментальных репрезентаций отдельных слов предложений, репрезентаций предложений текста результатом которых является проекция текста, отражающая особенности понимания текста читателем. Понятие ментальной репрезентации является одним из основных в данном исследовании и подразумевает форму существования в памяти определенных квантов знаний, связанных на уровне сознания и подсознания с языковыми знаками.

О стратегии опоры на знания упоминается в исследовании В.А. Балдовой [1], где автор говорит о том, что успешность понимания специального текста зависит от наличия знания у реципиента слов, из которых состоит текст. Поскольку в естественнонаучных текстах основная мысль всегда выражается терминами, смысловое восприятие специального текста, в первую очередь, базируется на знании терминологии, т.е. набор стратегий в данном случае зависит от уровня владения специальными знаниями. В данном случае процесс понимания естественно-научного текста на иностранном языке рассматривается в ситуации учебного билингвизма, так как читателю необходимо владеть знанием иностранного языка и обладать некоторой профессиональной компетенцией для успешного понимания предложен-

ного текста. Специфическое отличие понимания естественно-научных текстов от художественных заключается в том, что построение проекции текста зависит не только от аффективно-когнитивно-перцептивного опыта читателя, но и от его профессиональной компетенции, включающей знание терминологии.

Психолингвистическое исследование, проведенное И.Ф. Бревдо [2] на материале текстов шуток, также связано с опорой на образ ситуации. Автор изучает механизмы разрешения неоднозначности в шутке, которая трактуется как оппозиция двух или более ситуаций, различающихся или несовместимых между собой. Неотъемлемой частью любого юмористического текста является его неоднозначность, т.е. повествование здесь строится таким образом, что у читателя возникает не одна, а несколько проекций текста. Делается вывод, что при построении шутки используются культурно обусловленные стратегии, включающие такие опоры, которые обращают читателей к нужным для правильного понимания областям их перцептивного, когнитивного и аффективного опыта. И.Ф. Бревдо предлагает к рассмотрению модель процесса понимания шутки и разрешения содержащейся в ней неоднозначности. Ее суть заключается в том, что при встрече с неоднозначным элементом шутки в сознании реципиента создается некая возможная ситуация развития шутки. Однако в развязке содержится элемент текста, называемый реформатором смысла шутки, который меняет контекст ситуации и заставляет реципиента переосмыслить ее.

Данный эффект отчасти прослеживается в работе О.Л. Гвоздевой [4], изучающей особенности понимания нестандартного поэтического текста. Выдвигается гипотеза о наличии в сознании «наивного читателя» определенных представлений о поэтическом тексте. Несоответствие воспринимаемого текста таким представлениям должно требовать пересмотра привычных стратегий понимания и применения дополнительных операций для преодоления возникающих затруднений. По мнению автора, неоднозначность играет особую роль в нестандартном поэтическом тексте и является одним из его качеств, затрудняющих процесс его понимания. Функция неоднозначности здесь состоит в расширении и обогащении смысловой сферы поэтического текста. Остальными качествами такого рода текстов или, как их называет автор – «факторами нестандартности» поэтического текста, являются концептуальная насыщенность, нарушение связности, новизна. «Элементы текста, характеризующиеся этими качествами, играют существенную роль в процессе понимания. Их можно рассматривать как ключи понимания, которые кроме основной функции, заключающейся в активизации соответствующих областей знания читателя, выполняют дополнительную – привлекают внимание реципиента и фокусируют его на намерениях автора» [4: 10].

И.В. Воскресенский, строя свое исследование на материале текстов деловой переписки [3], под неоднозначностью в тексте понимает «свойство текста, порождающее консеквентную вариативность в ситуационном плане и интерпретационную вариативность в смысловом плане» [3: 9]. Автор говорит о присутствии неоднозначности на всех уровнях языковой системы – графическом, фонетическом, морфологическом, лексическом и синтаксическом, а также о ситуационной неоднозначности. Предполагается, что функционирование неоднозначности в любых видах текстов эксплицирует признак внутренней открытости живого знания, который соотносится в данном случае с недосказанностью. В связи с этим автором выделяются причины применения неоднозначности в текстах деловой переписки,

рассматриваются стратегии имплицирования неоднозначности, а также предлагается модель ее функционирования в деловой переписке.

М.В. Соловьева [9] предложила модель, описывающую стадии процесса понимания иноязычного текста в ситуации учебного билингвизма через взаимодействие стратегий опоры и стратегий построения проекции текста. В данной модели поэтапно отражен процесс понимания, где на начальной стадии читатель пользуется стратегией опоры на заголовок и строит предположение о содержании текста. Стратегия опоры на внешнюю и внутреннюю форму слов способствует поиску знакомых слов, а стратегия поиска связей между известным и неизвестным – выявлению семантических связей. Далее следует стратегия опоры на ситуацию, которая находит отражение в выстраивании композиционно-смысловой структуры и, наконец, читатель обращается к стратегии построения выводов, а значит, уясняет смысл текста.

В каждом из приведенных выше исследований рассматривались различные виды текстов, на материале которых авторы попытались изучить закономерности и специфику процесса понимания. Во всех случаях выявление специфических характеристик понимания того или иного вида текста строилось фоне закономерных черт данного процесса. На наш взгляд, модель М.В. Соловьевой носит обобщающий характер и может быть применима к рассмотрению процесса понимания любой из рассмотренных текстовых разновидностей.

Объектом исследования автора данной статьи являются тексты рекламного жанра, отличающиеся принципиальным синтетизмом. Исследователи В.В. Ученова и С.А. Шомова [10] объясняют синтетизм рекламного текста его полифункциональностью, т.е. рекламные тексты не только сообщают информацию, но и призваны склонять ее получателя к согласию с ценностью сообщаемого предложения. Таким образом, в рекламных текстах заложено то, чего нет ни в одном из рассматриваемых нами выше жанров – прагматическая направленность. Если художественные, естественно-научные, поэтические, учебные тексты призваны оказывать на «наивного читателя» информативное, эстетическое, дидактическое воздействие, то в рекламных сообщениях все эти виды воздействий тесно переплетены с прагматическим, т.е. попыткой заставить реципиента приобрести данный товар, а значит повлиять на его деятельность. Этому способствует эмоциональное наполнение рекламного текста, а именно: использование различных стилистических приемов, апелляция к первичным мотивам потребителя и ситуациям из его прошлого опыта и так далее. Такие приемы эмоционального наполнения рекламного текста «не просто активно, но и агрессивно оттесняют на почти недостижимую для массового восприятия глубину вербальной конструкции документальную основу предлагаемой информации [10: 341].

В этой связи возникает вопрос об изучении специфики понимания такого рода текстов при минимизации его информативной составляющей и выдвигении на первый план эмоциональной доминанты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балдова В.А. Влияние авторского предтекстового комплекса на понимание специального текста: Дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 1999. – 205 с.
2. Бревдо И.Ф. Механизмы разрешения неоднозначности в шутке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 1999. – 18 с.

3. Воскресенский И.В. Стратегии имплицирования и разрешения неоднозначности в деловой переписке: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2007. – 19 с.
4. Гвоздева О.Л. Психолингвистическое исследование понимания нестандартного поэтического текста: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2000. – 14 с.
5. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. – М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 1999. – 382 с.
6. Залевская А.А. Текст и его понимание: Монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2001. – 177с.
7. Корытная М.Л. Роль заголовка и ключевых слов в понимании художественного текста: Дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 1996. – 190 с.
8. Рафикова Н.В. Психолингвистическое исследование процессов понимания текста: Монография. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 1999. – 144 с.
9. Соловьева М.В. Стратегии понимания иноязычного текста: Дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2006. – 156 с.
10. Ученова В.В., Шомова С.А. Полифония текстов в культуре. – М.: Омега – Л, ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2003. – 392 с.
11. Чугунова С.А. Образ ситуации как медиатор процессов понимания художественного текста: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2001. – 16 с.