

ВЗАИМОСВЯЗЬ СЛОВА С ВОСПРИЯТИЕМ ЕГО АУДИТОРИЕЙ

Н. И. Иовва

Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко

Поступила в редакцию 4 октября 2016 г.

Аннотация: в статье рассматривается восприятие и интерпретация публицистического текста аудиторией. Внимание автора сосредоточено на процессе общения между автором и читателем. Автор говорит о специфике публицистического текста, о его воздействии и влиянии на аудиторию через слово.

Ключевые слова: публицистический текст, слово, восприятие, автор, аудитория.

Abstract: the article deals with the perception and interpretation of the text of publicistic audience. The author's attention is focused on the process of communication between the author and the reader. The author speaks about the specifics of publicistic text, its impact and the impact on the audience through word.

Keywords: publicistic text, word, perception, the author, the audience.

Публицистика, как известно, оперативно откликается на нужды общества, вбирает и отображает богатство смысловых тенденций, составляет открытую зону для исследований. Публицистику называют летописью современности, поскольку экспансия печатных средств массовой информации усилила интерес отечественных и зарубежных ученых к печатной коммуникации как могущественному средству влияния на аудиторию.

Современный публицистический текст в полной мере отражает не только перемены, происходящие в общественно-политической, социально-экономической и культурной жизни общества, но и, что особенно важно, изменения в языке. По определению Е. С. Щелкуновой, публицистический текст – «знаковый комплекс, сориентированный на взаимодействие автора и массовой аудитории для обмена актуальной социальной информацией, представлениями, мнениями и максимально актуализирующий потенциал текстовой динамики» [1, с. 118].

По своей сути публицистика активно формирует общественное мнение и вмешивается в жизнь общества. Н. Д. Арутюнова отмечает, что публицистический текст «погружен в жизнь», «он существует только тогда, когда существует сама жизнь, он обращен не в прошлое и не может накапливать историю, а существует в настоящем» [2, с. 137]. Читая современный публицистический текст, читатель не только становится очевидцем описываемых событий, но и видит текстовое отражение авторской личности, его самосознания, особой позиции и творческой индивидуальности.

Для любого читателя текст – «это определенная последовательность знаков, т. е. букв, составляющих слова и предложения. Эти внешние знаки ас-

социируются с их психическими образами – внутренними знаками, которые тесно связаны с соответствующими значениями» [3, с. 25]. Благодаря этому нам становятся понятны слова, составляющие текст, однако это не всегда означает, что будет понятна идея автора, содержание и смысл текста. Поскольку для правильного понимания текста нужно иметь запас соответствующих знаний, живых представлений и впечатлений, которые как бы проецируются читающим на текст, как на экран, т. е. чего нет в опыте читателя, того и нет для него в тексте. Н. А. Рубакин, опираясь на работы выдающихся учёных В. Гумбольдта и А. А. Потебни, писал в книге «Психология читателя и книги»: «Слово представляет собою крайне своеобразный сосуд, хотя и наполненный содержанием, но так им наполненный, что никто никоим образом не может получить его и выпить: его приходится самим творить, стараясь вникнуть в него, но творить из собственных элементов и по своему собственному образу и подобию» [3, с. 26].

Важным ресурсом и главным средством усиления восприятия публицистического текста аудиторией является слово. Л. Е. Кройчик в своих работах упоминает «великую формулу» – «В начале было Слово» подчеркивая, что именно слово выражает мысль автора и отражает события реального мира, и это слово, в зависимости от социокультурного контекста, можно интерпретировать по-разному.

Любой процесс общения (диалог) между автором и читателем сводится к «передаче» мысли с помощью слова, и эту мысль нельзя «пересаживать» из одной головы в другую, как нельзя просто «извлечь» содержание из публицистического произведения. Именно об этом писал Ф. И. Тютчев: «Нам не дано предугадать, как слово наше отзовется...». Тем не

менее слово всегда требует по отношению к себе особого и бережного отношения.

Любая информация многозначна. В ней изначально заложено множество смыслов и интерпретация этих смыслов у каждого читателя своя. Читатель всегда из публицистического текста или из отдельного высказывания может извлечь гораздо больше информации, чем предполагал вложить в него автор. Как говорил М. М. Бахтин «любое публицистическое высказывание – носитель множества смыслов» [4, с. 126]. Глубина восприятия внутреннего смысла зависит от личности читателя и не только от уровня его образования, эрудированности, жизненных устоев, но и особой интуиции, интонации, чуткости к слову, умения эмоционально сопереживать, а также духовной тонкости.

Всегда за любым внешним событием в любом публицистическом произведении скрывается оригинальный внутренний смысл, заложенный изначально самим автором. Внутренний смысл возникает не только благодаря самим событиям или фактам, которые стоят за ними, но и объясняется мотивами, которые побудили автора обратиться к этим событиям. Эти мотивы для каждого читателя различны, поэтому они скорее «угадываются», чем «прочитываются» в тексте. Читатель имеет свой взгляд на вещи, и этот взгляд не всегда совпадает с авторской позицией или трактовкой, именно поэтому вероятность появления одного смысла как для автора, так и для читателя низка. И здесь нельзя не согласиться с известным выражением Ф. И. Тютчева «мысль изреченная есть ложь», поскольку попытка автора облечь любую мысль в слова неизбежно приводит к искажению того, о чем сказано. Поэтому, как бы автор внимательно не относился к слову, далеко не всегда высказанная им мысль будет понята аудиторией адекватно.

Высказанное слово всегда отчуждается и тем самым первоначально заложенный смысл автором в текст воспринимается и трактуется аудиторией по-своему, при этом рождается много иных точек зрения, схожих или отличительных с авторским значением. Значение в тексте слов, высказываний, авторских выражений и фрагментов являются средством выражения смысла, и для разного контекста он может быть разным. Осмыслить образные языковые средства текста и тем самым вскрыть их значение еще не значит понять смысл текста. Таким образом, в процессе декодирования значения формируется диалог между автором и читателем. Читатель оказывается главным звеном в триаде «автор-текст-читатель» и именно читатель на речемыслительном уровне трансформирует авторский текст в новый материал. Если попытаться отобразить данный процесс наглядно, то он обретет форму нижеприведенной схемы:

Автор – Текст – Аудитория – Текст II

Понимание и интерпретация текста неразрывно связаны друг с другом. Бахтин утверждал, что «само понимание уже диалогично» [4, с. 290], т. е. еще на начальном этапе восприятия текста, когда еще не сформировано ответное послание, между автором (адресантом) и аудиторией (адресатом) устанавливаются диалогические отношения.

Однако есть попытки разграничить эти уровни восприятия текста, в частности, Е. С. Кубрякова [5] в понимание включает осмысление текста по его компонентам; соотнесение языковых форм с их значениями; выведение общего смысла текста на основе непосредственно данных в нем языковых единиц и установление отношений между ними. Что касается интерпретации, то она обозначает переход в восприятии текста на более глубокий уровень понимания, связанный с процедурами логического вывода и получением выводных знаний, а также с соотнесением языковых знаний с неязыковыми.

В свою очередь Л. Е. Кройчик пишет о том, что «интерпретация текста – важнейшая смыслообразующая тактика, организующая интерес аудитории к авторскому высказыванию. Великий закон публицистики – аудитория идет к автору не только за фактом, но и за смыслом. Аудитории не столько нужна чужая точка зрения, сколько опорная база для определения своей позиции по отношению к происходящему» [6, с. 13]. Таким образом, можно сделать вывод, что результат восприятия текста зависит не только от объекта, но и от воспринимающего субъекта. С позиций психологии человеческого бытия – понимание нужно субъекту для того, чтобы понять мир и самого себя, определить, что он есть, какое место занимает в мире.

Публицистические тексты воспринимает та часть аудитории, которая наиболее склонна к сочувствию, со-размышлению, со-переживанию, со-трудничеству. Разновидность присутствия автора в тексте, будь то рассказчик, наблюдатель, комментатор или посторонний (нейтральный) повествователь, а также обилие образных средств и многовариантное построение композиций текста – все это способствует правильному декодированию публицистических текстов. От выбора коммуникативной роли автора зависит уровень восприятия текста аудиторией. На основании вышеизложенного хочется отметить, что восприятие публицистического текста – не простое «пересаживание» его содержания в сознание читателя, не прямолинейное «извлечение» готовой информации, а творческий акт между автором и аудиторией, а также это особый и сложный процесс «воссоздания художественной действительности».

Публицистические тексты не просто дают возможность читателю видеть в тексте отражение творческой индивидуальности автора, его позиции

об актуальных и интересующих проблемах общества, а делает адресата очевидцем и участником событий, формирует в нем достойного собеседника. Такое влияние на адресата публицистического текста призвано не для того, чтобы оказать негативное влияние или разобщить аудиторию, а наоборот, чтобы заставить ее мыслить.

Специфика публицистического текста заключается в том, что он призван и влиять на аудиторию через слово. При восприятии публицистического текста читатель не пассивно ждет того, что ему скажет автор, а сам выдвигает гипотезу о том, что означает смысл высказывания. Отличительной чертой публицистического текста является возможность со-творчества автора с читателем, цель которого – поиск ответов необходимых для решения современных проблем общества.

*Приднестровский государственный университет им.
Т. Г. Шевченко
Иовва Н. И., преподаватель кафедры литературы
и журналистики
E-mail: iovva.nata@mail.ru*

ЛИТЕРАТУРА

1. Щелкунова Е. С. Публицистический текст в системе массовой коммуникации : учеб. пособ. / Е. С. Щелкунова. – Воронеж : Родная речь, 2004.
2. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия, 1990.
3. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981.
4. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979.
5. Кубрякова Е. С. Текст – проблемы понимания и интерпретации / Е. С. Кубрякова // Семантика целого текста. – М., 1987.
6. Кройчик Л. Е. Публицистический текст как нарратив / Л. Е. Кройчик // Акценты. Новое в массовой коммуникации. – Воронеж, 2004. – Вып. 7–8.

*Pridnestrovian Shevchenko State University
Iovva N. I., Lecturer of the Literature and Journalism
Department
E-mail: iovva.nata@mail.ru*