

Омельченко Елена Витальевна

ПРИРАЩЕНИЕ СМЫСЛА КОНЦЕПТА В СТРУКТУРЕ КОММУНИКАЦИИ С ФАСЦИНАТИВНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

Рассмотрено приращение информационного и ассоциативно-образного смыслов концепта в процессе автокоммуникации. Фасцинативная составляющая коммуникации индуцирует креативность, развивает интерпретационные возможности адресата. Это обуславливает семантическую разветвленность коннотативных значений лексем, репрезентирующих концепт. В информационно-фасцинативном отклике происходит развитие и углубление информационного и семантически-образного компонентов содержания концепта.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/2/2014/9-2/29.html

Источник

Филологические науки. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 9 (39): в 2-х ч. Ч. II. С. 106-108. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/2.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/2/2014/9-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: phil@gramota.net

УДК 801.613

Филологические науки

Рассмотрено приращение информационного и ассоциативно-образного смыслов концепта в процессе автокоммуникации. Фасцинативная составляющая коммуникации индуцирует креативность, развивает интерпретационные возможности адресата. Это обуславливает семантическую разветвленность коннотативных значений лексем, репрезентирующих концепт. В информационно-фасцинативном отклике происходит развитие и углубление информационного и семантически-образного компонентов содержания концепта.

Ключевые слова и фразы: концепт; фасцинация; автокоммуникация; репрезентация концепта; информационно-фасцинативный отклик.

Омельченко Елена Витальевна, к. пед. н.

Челябинский государственный педагогический университет

el.vital@mail.ru

**ПРИРАЩЕНИЕ СМЫСЛА КОНЦЕПТА В СТРУКТУРЕ
КОММУНИКАЦИИ С ФАСЦИНАТИВНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ[©]**

Базовым понятием коммуникативной лингвистики является концепт. Выделим признаки дефиниции, связанные с проблематикой данного исследования:

- концепт – это предметно-образный код [1];
- концепт – это многомерное ментальное образование, в составе которого выделяются образно-перцептивная, понятийная, ценностная составляющие [3, с. 71];
- концепт – это личностное осмысление, интерпретация объективного значения и понятия [5, с. 281];
- концепт – это перцептивно-когнитивно-аффективное образование динамического характера [2, с. 39];
- концепт – это «внутренний лексикон», оперативная единица памяти, «квант знания» [4, с. 33].

И. А. Стернин также понимает под концептом ментальное образование и считает его единицей мышления, сознания [9]. Исследователь подчеркивает, что формирование концепта всегда является результатом активной сознательной деятельности личности. Концепт несет информацию о предмете и явлении, которая подвергается обработке и интерпретации со стороны индивида.

Концепт динамичен, многовариантен, он является продуктом сознательно-ассоциативной деятельности. Чем большее число пресуппозиционных элементов «затронуто» информацией, содержащейся в данном концепте в ходе восприятия его адресатом, – тем более обширна «волновая программа», заложенная концептом в его сознании, тем более разветвленной представляется ассоциативно-образная сеть смыслов концепта.

Рассмотрим понятие концепт в структуре коммуникации с фасцинативной составляющей.

Фасцинация — это коммуникативное явление, имеющее глубинную нейрофизиологическую, воздействующую природу. Как коммуникативный процесс, фасцинация представляет собой воздействие с целью интенсификации восприятия и освоения информации слушателем [7, с. 23].

В основе схемы коммуникации с фасцинативной составляющей (Рис. 1) лежит модель Р. Якобсона [10], в которой выделены такие составляющие, как адресант, адресат, сообщение, код, контекст. Адресант (передающий информацию) разрабатывает стратегию и тактику, выражающуюся в используемых средствах и приемах. В совокупности они направлены на преодоление барьеров коммуникации. Восприятие информации в коммуникации зависит от личностного тезауруса, индивидуально-психологических особенностей, социально-психологической ситуации общения.

Здесь появляется фасцинативная составляющая. Сообщение кодируется как информационно-фасцинативное. Адресат (получающий информацию) воспринимает сообщение и осваивает информацию.

В силу того, что адресант использует фасцинативные средства, информация проходит сквозь фильтры коммуникации. Исходное сообщение «перекодируется» в единицах его структуры, получая черты нового сообщения. Возникает автокоммуникация.

К аттрактивности сообщения добавляется индуцированная фасцинация, возникающая в сознании адресата. При определенном уровне интеллекта и заинтересованности в восприятии сообщения возникает отклик в виде развития содержания этого сообщения. Все это свидетельствует о творческом (креативном) участии адресата в освоении информации. Этот отклик (резонанс) по содержанию и форме является информационно-фасцинативным. По качеству этого отклика можно судить об эффективности фасцинативной стратегии и эффективности коммуникации в целом [7].

Слияние информационной и фасцинативной составляющих ведет к наращению смысла информации, заключенной в концепте. Информационная составляющая позволяет логически оценить денотативное значение лексем, репрезентирующей концепт. Фасцинативная составляющая «отвечает» за развитие коннотативных значений, другими словами, позволяет развить текстовые импликации, эмпатическое, глубинное восприятие текстовой информации.

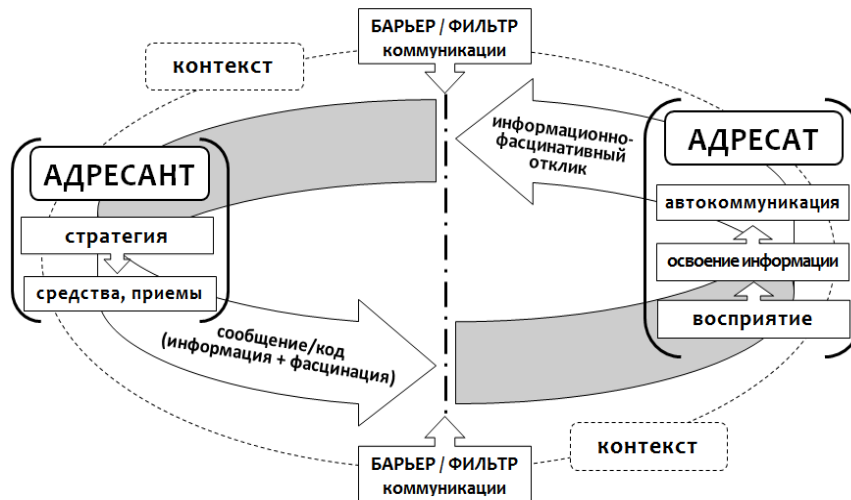


Рис. 1. Модель коммуникации с фасцинативной составляющей

Представим текст – фрагмент произведения О. Мандельштама.

*Морожено! Солнце. Воздушный бисквит.
Прозрачный стакан с ледяною водою.
И в мир шоколада с румяной зарею
В молочные Альпы мечтанье летит* [6].

По заключению З. Д. Поповой и И. А. Стернина, «большинство исследователей вычленяют в составе концепта образ, определенное информационно-понятийное ядро и некоторые дополнительные признаки». Это позволило говорить «о трех базовых структурных компонентах концепта – образе, информационном содержании и интерпретационном поле» [9].

Концепт «солнце» имеет следующее информационно-понятийное ядро – «светило, небесное тело». По словам Е. П. Панасовой, «концепт СОЛНЦЕ представлен не только в русской языковой картине мира, но и в научной картине мира как научное понятие СОЛНЦЕ, причем содержание концепта пересекается с содержанием научного понятия: ядерные признаки концепта совпадают с основными признаками научного понятия. Основные признаки научного понятия СОЛНЦЕ, релевантные для носителя русского языка: «небесное тело»; «центр Солнечной системы»; «жар»; «плазменный»; «высокой температуры»; «большого диаметра»; «звезда (одна из многих)»; «источник света»; «ближайший к Земле»; «излучает энергию»; «излучает ультрафиолет»; «солнечные бури»; «источник жизни на Земле»; «перемещается в пространстве»; «имеет пятна» [8].

В аспекте теории коммуникации, концепт «солнце», включенный в контекст, представляет собой сообщение, информацию, передаваемую от адресанта к адресату. В ходе восприятия адресатом информации подключается фасцинация – эмоционально-эмпатическое прочтение поэтических строк (по В. И. Карасику [3]). В этот момент формируется образ и возникает ассоциативно-интерпретационное поле концепта. Фактором расширения этого поля и углубления экзистенциальной направленности восприятия может являться контекст, дискурсивное пространство бытования данного концепта как объективная реальность. Фоновые знания и эмпатическая рефлексивная характеристика слушателя выступают как субъективно-значимый компонент процесса восприятия концепта. Будучи включенным в поэтический контекст и структуру информационно-фасцинативного, воздействующего сообщения, концепт включается в семантическую, коннотативно разветвленную сеть дополнительных смыслов, возникающих в процессе интерпретационных усилий адресата. От первичного восприятия языковых единиц с основной семой «смакование вкуса» (мороженое, шоколад, бисквит) в сознании реципиента возникает картина блестящего «зимнего рая» (ослепительное зимнее солнце – блестящий лед – свежайший воздух – альпийские горы). Формируется семантическая группа языковых единиц со значением «зима». Происходит наращивание смысла концепта, определяется полисемичность лексем, актуализирующих данный концепт. Создаются параллельно существующие, взаимопроникающие периферийные семы – свет, блеск, сияние, яркость, роскошь, восторг, осуществление желаний. Имплицированность, переданная тексту окказионализмом «морожено», является побуждающим фактором развития многовариантности трактовки слова, репрезентирующего концепт «солнце», углубления образности, множественности интерпретаций и ассоциаций в воображении адресата. Интерпретация концепта осуществляется в момент возникающей автокоммуникации, когда адресат не просто воспринимает, а понимает и развивает смысл поэтического слова «в личностной версии». Безусловно, все это свидетельствует об активизации восприятия слушателя и определяет момент смены субъекта творческой деятельности. Эмоциональная оценка стиха – это проявление лингвокреативного потенциала читателя, который становится своеобразным соавтором строк. Исходя из этого, можно предположить, что добавочный, коннотативный ассоциативно-образный смысл концепта развивается в ходе автокоммуникации и является информационно-фасцинативным откликом. Одновременно происходит приращение смысла информации к базовому значению слова, представляющего концепт. Когнитивно-информационный и эмоционально-фасцинативный (эмпатический) компоненты здесь слиты,

взаимообусловлены, единство их проявляется в развертывании концептуального поля лексемы. Новое знание в данном случае – дополнительный смысл в семантике концепта и создании образной картины.

Креативность слушателя, индуцированная фасцинацией, способствует раскрытию «имагинативного потенциала» слова в поэтическом контексте.

Вернемся к исходным тезисам:

- автокоммуникация, индуцированная фасцинацией, стимулирует интерпретационные усилия адресата;
- в ходе автокоммуникации к общему значению слова, вербализующего концепт, присоединяются индивидуально-образные, имеющие ассоциативный, коннотативный смысл;
- в ходе фасцинации концентрируется внимание адресата, преодолеваются коммуникативные барьеры в восприятии информации, заложенной в концепте, формируется новый, образный код восприятия знания и его декодирования;
- осуществляется приращение смысла в семантическом поле концепта, представляющее собой информационно-фасцинативный отклик;
- автокоммуникация способствует перестройке личностного тезауруса, инспирирует креативный потенциал адресата;
- предметно-образное содержание концепта усиливается, варьируется, становится «волновой программой» процесса коммуникации.

В ракурсе вышесказанного, особо точными представляются такие определения концепта, где сознание индивида, процесс интерпретации, развитие и экстерииоризация внутренней речи в ходе автокоммуникации рассматриваются как основные средства и условия развертывания множественности смыслов концепта. В. И. Карасик отметил, что концепт в этом смысле «переживаемая информация» [Там же, с. 128], а А. А. Залевская назвала концепт «достоинством индивида» [2].

Концепт в структуре коммуникации с фасцинативной составляющей можно рассматривать как продукт интерпретационной активности и креативности адресата. Он всегда содержит в себе долю информации, семантически значимой для слушателя или читателя. При этом вероятно, имплицитная информация накладывается на пресуппозиционные знания адресата, что само по себе является «будоражающим», захватывающим фактором, стимулирующим интерпретационные возможности читателя. Образные, ассоциативно-семантические поля расширяются за счет индивидуального восприятия и личностной интерпретации. Концепт, представляющий собой выражение дискурсного пространства, воспринимается одновременно и в базовом, и в «новом» смыслах, поэтому можно говорить о наличии личностно-интерпретационного канала в исследуемой коммуникации с фасцинативной составляющей.

В информационно-фасцинативном отклике развивается и углубляется информационный и семантически-образный компоненты содержания концепта, что и является приращением смысла в ходе эмоционально-эмпатического восприятия и интерпретации данной единицы сознания.

Список литературы

1. **Алефиренко Н. Ф.** Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка. М.: Флинта; Наука, 2010. 288 с.
2. **Залевская А. А.** Психолингвистический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2001. С. 36-45.
3. **Карасик В. И.** Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
4. **Кубрякова Е. С.** Инференция // Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина; под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М.: Филол. фак. МГУ, 1996. С. 33-35.
5. **Лихачев Д. С.** Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Академия, 1997. С. 280-287.
6. **Мандельштам О.** Морожено! Солнце. Воздушный бисквит... [Электронный ресурс]. URL: <http://slova.org.ru/mandelsham/morozhenno/> (дата обращения: 24.07.2014).
7. **Омельченко Е. В.** Фасцинативная коммуникативная стратегия в различных типах дискурса: монография. Челябинск: Изд-во ЧГПУ, 2013. 223 с.
8. **Панасова Е. П.** Концепт СОЛНЦЕ в русском языке и речи [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... к. филол. н. Екатеринбург. 2007. 25 с. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/1844/1/urgu0453s.pdf> (дата обращения: 24.07.2014).
9. **Попова З. Д., Стернин И. А.** Когнитивная лингвистика [Электронный ресурс]. URL: <http://zinki.ru/book/kognitivnaya-lingvistika/> (дата обращения: 24.07.2014).
10. **Якобсон Р. О.** Речевая коммуникация; Язык в отношении к другим системам коммуникации // Избранные работы. М.: Прогресс, 1985. С. 306-330.

SENSE AUGMENT OF A CONCEPT IN THE STRUCTURE OF COMMUNICATION WITH A FASCINATION COMPONENT

Omel'chenko Elena Vital'evna, Ph. D. in Pedagogy
Chelyabinsk State Pedagogical University
el.vital@mail.ru

In the article the augment of information and associative-figurative senses of a concept in the process of autocommunication is considered. Fascination component of communication induces creativity, develops interpretative possibilities of an addressee. This conditions the semantic branching of connotative meanings of lexemes which represent the concept. In information-fascination response the development and intensification of information and semantically figurative components of the concept content are occurred.

Key words and phrases: concept; fascination; autocommunication; concept representation; information-fascination response.