

**Л.Г. Ким**

*Кемеровский государственный университет*

**Интерпретационное поле как реализация  
вариативно-интерпретационного потенциала текста  
(на материале лингвистического эксперимента)**

*Аннотация:* В статье обсуждается проблема вариативно-интерпретационного функционирования текста. Определяется понятие интерпретационного поля, рассматривается его структура. Теоретические положения подкрепляются результатами лингвистического эксперимента.

The paper focuses on the problem of text functioning research based on variation interpreting approach. It defines the structure of the interpretative field. The proposed theoretical observations are backed by the results of the linguistic experiment.

*Ключевые слова:* вариативность, интерпретация, интерпретационное поле, реципиент, смыслопорождающий потенциал текста.

Variation, interpretation, interpretative field, recipient, sendederivation potentation of the text.

*УДК:* 801.73=161.1.

*Контактная информация:* Кемерово, ул. Красная, 6. КемГУ, филологический факультет. Тел. (3842) 582745. E-mail: kimli09@mail.ru.

**Исходные теоретические положения.** Задачей настоящей статьи является моделирование интерпретационного поля текста, т. е. такого пространства, которое отражает реализацию множественности смыслового потенциала текста в процессе его функционирования в пространстве реципиента.

Реализуемый в настоящей статье подход предполагает рассмотрение текста в качестве одного из фациенсов разворачивающейся коммуникативной цепочки «автор – текст – адресат» с «текстоцентристских» позиций, т. е. текста как **субъекта** (в широком – детерминационном – понимании этого термина), характеризующегося сложной семантической организацией, обладающего потенциальным множеством смысловых версий, актуализированных в процессе его функционирования в пространстве адресата.

Наша концепция функционирования текста сводится к такому его пониманию, при котором текст есть распредмечиваемая (= интерпретируемая) в языковом сознании сущность; каждое речевое произведение содержит потенциал множественности интерпретации, реализация которого определяется двумя группами факторов: системно-языковыми и лингвоперсонологическими (подробнее см. об этом в: [Голев, Ким, 2007]). Главный предмет нашего внимания составляет проблема источника полиинтерпретативного содержания, который, как мы полагаем, обусловлен, во-первых, онтологической природой текста, определяемой, с одной стороны, его целостностью и структурированностью, а с другой – спецификой языкового знака как потенциала, реализуемого в речевой (текстовой) материи, а также такими его свойствами, как произвольность (условность) и мотивированность; и, во-вторых, деятельностью субъекта как носителя дотекстовых интерпретационных установок.

Исследование текста в пространстве адресата актуализирует идеи, развиваемые в работах отечественных и зарубежных лингвистов, посвященных рецептивному функционированию текста, в том числе положения А.А. Потебни, рассматривавшего процесс понимания как возбуждение мысли слушающего и «способности слова всяким пониматься по-своему» [Потебня, 1976, с. 162]. Такое свойство слова в равной мере может быть отнесено и к тексту в целом. Актуальными для нас являются идеи М.М. Бахтина о феномене диалогической природы текста и процессе вовлечения читателя в диалог с автором [Бахтин, 1979]. Интерес для нас представляют также исследования представителей французской семиотической школы, таких как Р. Барт [1994], Ж. Гийому, Д. Мальдидье [1999], Ф. Растье [2001], П. Рикер [1995] и других, высказывавших идеи о том, что «смысл фокусируется не в письме, а в чтении» [Барт, 1994, с. 388], и «интерпретировать текст вовсе не значит наделять его неким конкретным смыслом (относительно правомерным или относительно произвольным), но, напротив, понять его как воплощенную множественность» [Там же, с. 384]; идеи о том, что один и тот же текст имеет несколько смыслов и «именно в интерпретации обнаруживается множественность смыслов» [Рикер, 1995, с. 18], а также утверждение, что «для лингвистической философии все интерпретации одинаково законны в границах теории, которая обосновывает правила чтения» [Там же, с. 36].

Развиваемое нами положение, согласно которому каждому речевое произведение имеет множество потенциальных смыслов, реализующихся в процессе его функционирования в пространстве адресата, предполагает выявление условий экспликации этих смыслов, определение адекватного этой задаче метода исследования и моделирование *интерпретационного поля текста*, под которым мы понимаем *совокупность потенциальных и реализованных смысловых версий интерпретируемого текста, эксплицированных при восприятии и семантизации адресатом его смыслового содержания*.

**Лингвистическая традиция о полевого принципе организации языковых единиц и категорий.** Используемое нами понятие «поле», а также полевой принцип моделирования смысловых интерпретаций текста соответствует выработанному в лингвистической традиции представлению о полевой организации рассматриваемого объекта (обзор работ, посвященных исследованию поля в лингвистике, изложен в [Васильев, 1971; Гулыга, Шендельс, 1969; Караулов, 1976; Уфимцева, 1961; Щур, 1974 и др.]). Заимствованное из физики и широко используемое в биологии, психологии и социологии, основанное на метафоре понятие «поле», связанное с идеей непрерывности, противопоставленной идее дискретности пространства, заняло свое место и в лингвистических исследованиях. В естественных и гуманитарных науках употребление термина «поле» означает, что речь идет о некоторой сфере взаимодействия элементов, объединенных общностью выделяемых признаков, наличием определенной структурной организации, включающей постепенные переходы и частичные пересечения.

Использование полевого принципа при описании языковых объектов позволяет представить модель поля, с одной стороны, как проявление системной сущности языка, что позволило выделить парадигматические (семантические) (Й. Трир, Г. Ипсен), синтагматические (В. Порциг), функционально-семантические (А.В. Бондарко), морфосемантические (П. Гиро), словообразовательные (О.Г. Ревзина) поля, а с другой стороны, представить поле как воплощение идеи антропоцентрической и когнитивной сущности языка, которая получила репрезентацию в модели ассоциативного поля (Ш. Балли).

Разрабатываемое нами понятие *интерпретационное поле* как единица интерпретационного функционирования языка и совокупность интерпретат – смысловых версий интерпретируемого текста, образующих недискретное смысловое пространство, пока не получило теоретического осмысления в лингвистических, точнее, текстологических исследованиях, однако эмпирически, в процессе интер-

претации и толкования текста учитывается такими родственными дисциплинами, как экзегеза (наука о толковании библейских текстов), герменевтика (научная и философская отрасль, возникшая из сплава библейской экзегезы, классической философии и юриспруденции; предметом рассмотрения герменевтики является процесс понимания) и интерпретирующая лингвистика (специальная область языкознания, отражающая общий интерпретирующий подход к языковым явлениям; значение и смысл языковых выражений рассматриваются в ней как результат интерпретирующей деятельности человека, обладающего конкретным багажом знаний, презумпций и предпочтений в выборе стратегий интерпретирования [Демьянков, 1990]).

Интерпретационное поле по механизму его проявления отчасти соответствует ассоциативному полю и противопоставляется другим типам полей (семантическому, синтагматическому, функционально-семантическому) по признакам «системоцентризм – антропоцентризм», «языковая система – речевое функционирование», «позиция говорящего – позиция слушающего».

Представляемая нами модель интерпретационного поля текста коррелирует с разработанной в исследованиях психолингвистического направления моделью *смыслового поля текста*, под которым понимается совокупность всех читательских проекций в определенный период времени [Залевская, 2001]. Сходство определяется следующими положениями: во-первых, адресатоцентричным подходом к исследованию текста и постулированием активной ментально-продуцирующей деятельности реципиента; во-вторых, использованием экспериментальной методики при установлении содержания смыслового и интерпретационного поля текста; в-третьих, объективным онтологическим статусом полей этого типа, которые представляют собой не искусственное построение ума исследователя, а реально существующее ментальное образование; в-четвертых, детерминационным типом отношений интерпретируемого и интерпретирующего текста, подобным отношениям текста-стимула и проекции текста, согласно психолингвистической концепции; в-пятых, обусловленностью объема и содержания поля двумя факторами: с одной стороны, текстовым, т. е. свойствами исходного текста и, с другой стороны, персонологическим, т. е. типом личности интерпретатора; в-шестых, рецептивным (ассоциативно-когнитивно-аффективным) механизмом, лежащим в основе формирования составных элементов поля (проекций текста, согласно психолингвистической теории, и смысловых версий, согласно разрабатываемой нами теории вариативно-интерпретационного функционирования текста); и, в-седьмых, принципиальной установкой на континуальность содержания и эластичность объема поля.

Вместе с тем лежащий в основе нашего исследования общий – интерпретирующий – подход, а также научные задачи и объект изучения обуславливают специфику рассматриваемого нами феномена – интерпретационного поля текста.

Во-первых, следует подчеркнуть, что интерпретационное поле отражает *результат* процесса *интерпретации* текста, в то время как психолингвистические исследования моделируют совокупность проекций текста как *результат* его *понимания*. Задача разграничения этих процессов не только представляет собой сложную теоретическую проблему (причем как для лингвистики, так и для психолингвистики, психологии, гносеологии и др.), требующую ее решения, но и еще более проблематичным является разграничение результата этих процессов в практике лингвистического исследования.

Во-вторых, *объектом* нашего изучения является, с одной стороны, *текст* как «хранитель» множественности смыслов, реализованных / нереализованных в процессе рецептивной деятельности адресата, а также *смыслодеривационный потенциал текста*. С другой стороны, мы описываем *единицы интерпретационного поля* как результат применения адресатом-интерпретатором привычных для него интерпретационных стратегий, в том числе ассоциативных, логико-

рационалистических, эмоционально-оценочных. Иными словами объектом нашего изучения является *обыденная интерпретация*, т. е. воплощение процесса семантизации текста, имеющее часто метаязыковой характер. Исследования, выполненные в традиции психолингвистического направления [Залевская, 2001; Рафикова, 1999; Рубакин, 1987; Сорокин, 1985], описывают *проекцию (концепт) текста, представленную в сознании читателя* как результат индивидуального опыта человека в разнообразных формах и проявлениях.

Сказанное позволяет утверждать, что интерпретационное поле текста как результат процесса интерпретации представляет собой объективное ментально-когнитивное образование – совокупность смысловых версий интерпретируемого текста, – детерминированное, с одной стороны, объективными свойствами исходного текста, а с другой – применением интерпретационных стратегий и дотекстовых установок субъекта-интерпретатора.

Способом познания структуры и содержания интерпретационного поля является метод лингвистического эксперимента, позволяющий эксплицировать латентный процесс интерпретации смыслового содержания текста.

Согласно развиваемой нами концепции, каждый текст обладает потенциалом множественной интерпретации, реализующимся в виде совокупности смысловых версий, представляющих собой вариативность ассоциативных, когнитивных, эмоционально-оценочных интерпретаций, образующих непрерывное пространство – интерпретационное поле. Иными словами, каждый текст представляет собой совокупность потенциальных интерпретационных инвариантов, реализуемых в процессе истолкования его содержания в виде вариантов.

**Структура интерпретационного поля. Моноцентрические интерпретационные поля.** Интерпретационное поле, характеризуясь свойствами континуальности и дискретности, в то же время имеет ядерно-периферийную структуру, т. е. в структуре поля выделяются ядерные, околядерные интерпретаты (смысловые версии), а также интерпретаты, образующие область ближней и дальней периферии<sup>1</sup>.

При моделировании ядерно-периферийной структуры поля учитываются, во-первых, степень репрезентации основного концепта интерпретируемого текста, во-вторых, количественные показатели, в-третьих, характер регулярности / вариативности ответов и, в-четвертых, степень их предсказуемости.

Интерпретационное поле представляет собой континуальное ментальное пространство, характеризующееся свойством непрерывности. Это означает, что переход от ядерной к околядерной и периферийным зонам имеет постепенный и ступенчатый характер. На это указывают как количественные данные, так и качественное содержание смысловых версий поля и прежде всего такая его характеристика, как соотношение доминирующего и дополнительного смысловых компонентов.

Интерпретационные поля представлены двумя типами – *моноцентрическим* и *полицентрическим*<sup>2</sup>.

Моноцентрическое поле организовано следующим образом: одна интерпретатема репрезентируется веером интерпретат, т. е. при одной инвариантной смысловой версии имеется множество вариантных, актуализирующих один из аспектов инвариантной версии и различающихся лексико-грамматическими средствами выражения.

---

<sup>1</sup> Содержание используемых нами понятий *интерпретатема* и *интерпретата* раскрывается в статье: [Голев, Ким, 2009].

<sup>2</sup> Используемые здесь и далее термины «моноцентрический» и «полицентрический» заимствованы нами из книги [Теория функциональной грамматики, 1987].

Полицентрическое поле содержит в своем составе две и более интерпретатемы, т. е. инвариантные версии, каждая из которых имеет несколько вариантов ее репрезентации, организованных по ядерно-периферийному принципу.

Рассмотрим моноцентрическое поле на примере интерпретаций рекламного текста *Скидки и подарки весь январь. Умный пойдет в «Эверест».*

Исходный текст в процессе его семантизации адресатом-интерпретатором воплощается в виде множества смысловых версий, совокупность которых составляет интерпретационное поле, организованное по принципу «ядро – периферия». Полученные экспериментальные данные позволяют квалифицировать интерпретационное поле анализируемого рекламного текста как моноцентрическое, имеющее ядерную и периферийные зоны, находящиеся в отношении пересечения. Ядерную часть поля составляет интерпретата «В магазине “Эверест” в течение января на весь товар предлагается скидка». Данную интерпретату образуют суждения типа *Смысл заключен в том, что в течение всего января, покупателям магазина «Эверест» предоставляются скидки, а также возможность получения подарка; Магазин под названием «Эверест» проводит акцию: весь январь покупатели, посетивших этот магазин, ждут скидки и подарки.*

Околоядерную зону составляет интерпретата «В январе в магазине “Эверест” можно приобрести больше товаров». Эта интерпретата представлена суждениями типа *Весь январь скидки и подарки: приобрести можно больше товаров, которые необходимы.*

Околоядерной области принадлежит интерпретата «Именно в магазине “Эверест” предлагаются покупателям выгодные условия», которую представляют суждения типа *Объявление о времени скидок и подарков т. е. выгодных условий для потребителя. Смысл в том, что зачем пользоваться услугами других магазинов, если в «Эвересте» можно приобрести необходимый товар со скидкой и еще получить подарок; Человек, желающий сэкономить деньги и получить подарок должен прийти за покупками именно в этот магазин.*

Также к околоядерной зоне относится интерпретата «В магазине “Эверест” в течение января действуют скидки на спортивные товары и оборудование для зимних видов спорта». Интерпретата представлена суждениями типа *Соответственно, если в объявлении указан один из зимних месяцев, это, по моему мнению товары или оборудование для каких-либо зимних видов спорта, если судить по названию, возможно даже и для альпинизма;*

Ближнюю периферию интерпретационного поля составляют интерпретаты «Покупатель, воспользовавшийся услугами магазина “Эверест”, – умный» (*В данном объявлении делается комплимент покупателям («умный»), тем самым создатели этой рекламы пытаются завлечь как можно больше людей для покупки данной продукции; Реклама рассчитана на то, что внимание людей привлечет надпись «Умный пойдет в Эверест. Кто захочет быть глупым?»*) и «Покупатель, не воспользовавшийся услугами магазина “Эверест”, – неумный». Данную интерпретату образуют суждения типа *Человек который придумал этот лозунг считает всех людей которые не пойдут в этот магазин, тупьем!; Чувствуется какая-то насмешка, даже издевательство над читающим. Неужели тот, кто не пойдет за скидками, является глупым!?*

И, наконец, дальнюю периферию интерпретационного поля образует интерпретата «Товары, продаваемые в магазине “Эверест” не пользуются покупательским спросом». Данную интерпретату образуют суждения типа *Видимо, «Эверест» не пользуется большим спросом у покупателей, и, дабы улучшить положение магазина, администрация «завлекает» скидками и подарками покупателей, в надежде на большую популярность продукции этой марки.*

К дальней периферии относится также интерпретата «Техника, продаваемая в магазине “Эверест”, низкого качества», которую представляют суждения типа *Судя по всему, этот магазин не отличается высоким качеством техники, и по-*

*этому ему остается завлечь покупателей скидками и подарками. К этой же области относится интерпретата «В тексте рекламируется магазин по продаже мебели». Эту интерпретату составляют тексты типа *А Эверест то тут при чем? Несчастливая гора. 100 % реклама мебели. У них что мебель высокая?**

Разграничение интерпретат по признаку «ядерная – периферийная» осуществляется в зависимости от степени репрезентации основного концепта («Магазин “Эверест” предлагает покупателям выгодные условия»), количественному показателю, степени регулярности и предсказуемости интерпретаты. В рассматриваемом примере основной концепт репрезентирован в наибольшей степени в интерпретате «В магазине “Эверест” в течение января на весь товар предлагается скидка», где, в сущности, содержится конкретизация основного концепта. Кроме того, этот концепт, хотя и в меньшей степени его вербализации и актуализации, отражен в интерпретате «В январе в магазине “Эверест” можно приобрести больше товаров». Интерпретата «Именно в магазине “Эверест” предлагаются покупателям выгодные условия» также содержит концепт «выгодные условия», однако при этом наблюдается семантический сдвиг, т. е. актуализация локативного компонента, выделение магазина «Эверест» на фоне других магазинов. Смысловый компонент «выгодные условия» содержится также в интерпретате «В магазине “Эверест” в течение января действуют скидки на спортивные товары и оборудование для зимних видов спорта», где обнаруживается конкретизация понятия «товары» понятием «спортивные товары и оборудование для зимних видов спорта».

Таким образом, ядерное и околядерное пространство образуют интерпретаты, в которых содержится доминирующий смысловой компонент «выгодные условия» и различного рода дополнительные компоненты.

Периферийное пространство интерпретационного поля составляют интерпретаты, в которых доминирующий для этого поля смысловой компонент, представлен как дополнительный, а, следовательно, слабый. Так, интерпретата периферийной области «Покупатель, воспользовавшийся услугами магазина “Эверест”, – умный» в имплицитной, а потому слабой форме содержит смысловой компонент «выгодные условия», а интерпретаты «Товары, продаваемые в магазине “Эверест” не пользуются покупательским спросом» и «Техника, продаваемая в магазине “Эверест”, низкого качества» содержат смысловой компонент «выгодные условия» как каузацию смысла «низкий покупательский спрос»: продаваемый в магазине товар низкого качества, а потому магазин не пользуется популярностью у покупателей, вследствие этого товар продается со скидкой и часть товара предлагается бесплатно в качестве подарка.

Таким образом, примеры наглядно демонстрируют, что интерпретаты, определяющие периферийную область интерпретационного поля, содержат доминирующий для этого поля смысловой компонент, слабо проявленный, репрезентированный в имплицитной форме как компонент, связанный сложной цепью причинно-следственных отношений.

Важным свойством интерпретационного поля, как уже было отмечено, является его градуальность и ступенчатость, т. е. отсутствие строгих границ между ядерной и периферийной областями, а также между интерпретатами в пределах одной зоны. Все интерпретаты связаны разного рода отношениями – гипогиперонимическими, метонимическими, каузальными. Так, ядерная и околядерная интерпретаты «В магазине “Эверест” в течение января на весь товар предлагается скидка» и «В магазине “Эверест” в течение января действуют скидки на спортивные товары и оборудование для зимних видов спорта» связаны гипогиперонимическими отношениями, а интерпретаты «Товары, продаваемые в магазине “Эверест”, не пользуются покупательским спросом» и «Техника, продаваемая в магазине “Эверест”, низкого качества» – каузальными.

**Полицентрические интерпретационные поля.** Рассмотрим полицентрическое поле на примере интерпретируемого текста рекламного объявления *Место настоящей женщины в спальне*.

Исходный текст в процессе его семантизации адресатом-интерпретатором воплощается в виде множества смысловых версий, совокупность которых составляет интерпретационное поле, организованное по принципу «ядро – периферия». Полученные экспериментальные данные позволяют квалифицировать интерпретационное поле анализируемого рекламного текста как полицентрическое, имеющее сильное и слабое ядро. Сильную ядерную часть поля составляет интерпретата «Текст рекламирует кровать». Данную интерпретату образуют суждения типа *На мой взгляд, рекламируется обстановка спальни, в частности – кровать; Я так и подумала, что речь идет о рекламе мебели, а именно о рекламе кровати. Но кровати не простой, а соответствующей настоящей женщине; Рекламируется дорогая роскошная кровать*.

Околоядерную зону интерпретационного поля текста образует интерпретата «Текст рекламирует мебельный (спальный) гарнитур», которая воплощается в следующих метатекстах: *Здесь рекламируется спальный гарнитур; Если Вы считаете себя настоящей женщиной, Вы непременно и как можно быстрее должны приобрести спальный гарнитур именно в этом магазине; Рекламируется, по-видимому, небольшой гарнитур для спальни; Возможно, здесь рекламируется спальный гарнитур: тумбочки, кровать и т. д.; Смысл в том, что настоящая женщина создает уют в своей спальне благодаря красивому интерьеру*.

Ближнюю периферию поля, организованного сильным ядром, образует интерпретата «Текст рекламирует различные предметы интерьера комнаты женщины», которая представлена такими суждениями: а) *Думаю, рекламируется трюмо или кровать; Может быть, рекламируется туалетный столик с зеркалом; Женщина часто уделяет большое внимание внешнему виду, поэтому проводит определенное время перед зеркалом;* б) *Рекламируются кровати и диваны;* в) *Шкаф, где хранятся женская одежда, а настоящая женщина должна уметь одеваться красиво и подобрать одежду*.

Дальнюю периферию образует интерпретата «Текст рекламирует обставленную со вкусом спальную комнату», которую представляют такие суждения, как *Рекламируется спальня, в которой каждая женщина будет чувствовать себя комфортно, настоящей женщиной; Спальня – то место, где женщине наиболее удобно и комфортно*.

Второе ядро – слабое – составляет интерпретата «Текст создает определенный образ настоящей женщины». Данную интерпретату репрезентируют суждения типа: *Спальня и настоящая женщина. Настоящая женщина всегда должна находиться в спальне; У меня этот текст вызывает негативную реакцию. Рекламируется здесь не мебель, скорее, а образ женщины, «настоящей», по мнению рекламодателя, которая может найти себе достойное применение только в спальне. Вообще тексты современной рекламы <...> дискредитируют образ современной женщины. Рекламируется, скорее, не мебель, а женщина в спальне, так как непосредственно о мебели речь не ведется. Я бы восприняла такой текст как оскорбление достоинства женщины. Получается, что женщины, место которых не в спальне, не настоящие; Смысл, на мой взгляд, достаточно однозначен и столь же оскорбителен для женщины, поскольку эта реклама представляет очень одностороннее понимание женщины, в ущерб ее семейным, общественным и духовным потребностям*.

Эта интерпретата актуализирует смысл интерпретируемого текста, в котором определяется роль женщины как лица, роль которого состоит в том, чтобы скрасить мужской досуг.

Периферию поля, организованного слабым ядром, образуют интерпретата – «Текст рекламирует кухонный гарнитур»: *Мне кажется, что рекламируется кухня; В связи с тем, что кухня в квартире удобно устроена, комфортна, у женщины освобождается больше свободного времени.*

К периферийной части поля относятся также интерпретаты «Текст рекламирует постельное белье»: *Реклама постельного белья. Настоящая женщина должна отдыхать в достойной ее спальне, на прекрасном постельном белье* и «Текст рекламирует кадровое агентство по подбору домашнего персонала»: *Я подумала бы, что точно не мебель. Возможно, реклама какого-нибудь агентства, которое предоставляет домработницу на квартиру.*

Учитывая количественные показатели, характер регулярности / вариативности ответов и степень их предсказуемости, к ядерной группе отнесем смысловые версии, имеющие, в сущности, типовое воплощение, т. е. репрезентированные ключевой лексемой *кровать* (35 %) с высокой степенью предсказуемости. Околоядерную зону образуют смысловые версии, репрезентированные «всером» вариативных ключевых лексем и словосочетаний: *спальный гарнитур, мебельный гарнитур для спальни комнаты, спальная мебель, мебель для спальни, набор мебели для спальни, гарнитур для спальни, мебель* (31 %); степень предсказуемости этих смысловых версий также достаточно высока. Периферию поля составляют смысловые версии, представленные незначительными по количеству или единичными репрезентациями соответственно. Причем если смысловые версии *трюмо, шкаф, диван* или *настоящая женщина*, детерминированы формой / содержанием исходного текста, то смысловые версии *кухня, агентство* отражают результат сложных логико-ассоциативных ходов субъекта-интерпретатора, а потому имеют нерегулярный и непредсказуемый характер.

Полицентричность поля определяется развитием множественного смыслового потенциала ключевой лексики *спальня*: ‘комната, в которой спят’ и ‘помещение, используемое для проведения определенного рода досуга’. При этом надо понимать, что соотношение «сильное ядро – слабое ядро» весьма относительно; оно зависит, с одной стороны, от типа текста, а с другой – от типа интерпретатора. Можно предположить, что если бы участники эксперимента не имели информации о жанровой характеристике текста как рекламе мебельного магазина или эксперимент проводился бы в другой социально-возрастной аудитории, то, вероятно, доминировало бы второе ядро.

Интерпретационное поле представляет собой континуальное ментальное пространство, характеризующееся свойством непрерывности. Это означает, что переход от ядерной к околоядерной и периферийным зонам имеет постепенный и ступенчатый характер. На это указывают как количественные данные, так и качественное содержание смысловых версий поля. Так, смысловые версии, составляющие ядерную, околоядерную и периферийные области, находятся в системно-языковых отношениях метонимии (*спальня – кровать*; гипонимии (*мебельный гарнитур – кровать, диван, шкаф, трюмо*) и др. Кроме того, непрерывность интерпретационного поля обуславливается также и антропоцентрическим фактором. Убедительным доказательством этого являются ответы реципиентов, содержащие более чем одну интерпретацию, включающие смысловые версии разных участков интерпретационного поля. Например, *Рекламируется либо кровать /версия, составляющая сильное ядро/, либо целый спальный гарнитур /околоядерная версия/; Думаю, рекламируется трюмо /периферия сильного ядра/ или кровать, большая и уютная /сильноядерная/; По всей видимости, рекламируется спальный гарнитур /околоядерная версия/, который включает в себя, во-первых, кровать /сильноядерная/, а далее: трюмо, шкаф /периферия сильного ядра/; Одно из двух: либо спальни /околоядерная /, либо женщины /слабоядерная/; Спальня и настоящая женщина /околоядерная сильного ядра и слабоядерная/.*

Смыслорождающий механизм, определяющий формирование интерпретационного поля, имеет как непосредственно детерминативный характер, так и ассоциативно-детерминативный. Результатом непосредственной детерминации являются смысловые версии, обусловленные взаимодействием формы и содержания единиц исходного текста. Так, ключевая в исходном тексте лексема *спальня* ('комната, в которой спят') детерминирует сильноядерные смысловые версии *кровать, спальный гарнитур, диван*. Актуализация другого коммуникативно-прагматического значения этой лексемы ('помещение, используемое для проведения определенного рода досуга') детерминирует слабоядерную смысловую версию *настоящая женщина*. Результатом ассоциативно-детерминационного процесса являются смысловые версии *шкаф, постельное белье, кухня, агентство*. При этом в ряде случаев наблюдается синкретизм результатов непосредственной и ассоциативной детерминации.

Итак, интерпретационное поле представляет собой совокупность смысловых версий как проявление вариативной множественности интерпретации текста. Организованное по принципу «ядро – периферия», такое поле может быть моноцентрическим и полицентрическим, что определяется, с одной стороны, свойствами исходного текста в целом и составляющих его единиц и, с другой стороны, интерпретационной деятельностью адресата, его дотекстовыми установками и вариативностью применяемых им ассоциативно-когнитивных ходов, имеющих непосредственно детерминационный или ассоциативно-детерминационный характер. Феномен интерпретационного поля определяется амбивалентной природой языка: его системно-структурной и антропоцентрической сущностью, каждая из которых имеет вариативную репрезентацию.

### Литература

- Барт Р. Смерть автора // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М., 1994. С. 384–391.
- Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
- Васильев Л. М. Теория семантических полей // Вопросы языкознания. 1971. № 5. С. 105–113.
- Гийому Ж., Мальдидье Д. О новых приемах интерпретации, или проблема смысла с точки зрения анализа дискурса // Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса. М., 1999. С. 124–137.
- Голев Н.Д., Ким Л.Г. Амфиболическое (вариативно-интерпретационное) функционирование текста // Филологические науки. 2007. № 4. С. 80–88.
- Голев Н.Д., Ким Л.Г. Вариативно-интерпретационное функционирование текста (к вопросу о расширении границ лингвистической вариантологии) // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Вып. 34. 2009. № 27. С. 12–20.
- Гулыга Е.В., Шендельс Е.И. Грамматико-лексические поля в современном немецком языке. М., 1969.
- Демьянков В.З. Интерпретирующая лингвистика // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990.
- Залевская А.А. Текст и его понимание. Тверь, 2001.
- Караулов Ю.Н. Общая и русская идеография. М., 1976.
- Потебня А.А. Эстетика и поэтика. М., 1976.
- Проблемы функциональной грамматики: Полевые структуры. СПб., 2005.
- Растье Ф. Интерпретирующая семантика. М., 2001.
- Рафикова Н.В. Психолингвистическое исследование процессов понимания текста. Тверь, 1999.
- Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. М., 1995.

Рубакин Н.А. Библиологическая психология и литературоведение: Доклад обществу любителей российской словесности, читанный 11 мая 1927 г. в Москве // Литературный текст: проблемы и методы исследования. Калинин, 1987. С. 136–165.

Сорокин Ю.А. Психолингвистические аспекты изучения текста. М., 1985.

Теория функциональной грамматики: Введение. Аспектуальность. Временная локализованность. Таксис / Отв. ред А.В. Бондарко. Л., 1987.

Уфимцева А.А. Теории «семантического поля» и возможности их применения при изучении словарного состава языка // Вопросы теории языка в современной зарубежной лингвистике. М., 1961.

Щур Г.С. Теории поля в лингвистике. М., 1974.