

УДК 81'23

DOI: 10.30982/2077-5911-2018-4-98-111

**ВОСПРИЯТИЕ ТЕКСТА В ЗАВИСИМОСТИ  
ОТ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЗИЦИИ ИСПЫТУЕМОГО**

**Нистратов Александр Алексеевич**

научный сотрудник  
ф-та психологии МГУ им. Ломоносова  
Россия, 119009, г. Москва, ул. Моховая, д. 11  
*a.nistratov@mail.ru*

**Тарасов Евгений Федорович**

заведующий отделом психолингвистики  
Института языкознания РАН  
Россия, 125009, г. Москва, Большой Кисловский пер., д 1 стр. 1  
*efi35@mail.ru*

**Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда  
(проект № 17-18-01642 «Разработка коммуникативной модели вербального  
процесса в условиях кризиса языковой модели»)  
в Институте языкознания РАН.**

Статья содержит описание экспериментальной проверки гипотезы о том, что позиции коммуникантов по отношению к производимому и воспринимаемому тексту (позиции автора, реципиента и нейтрального наблюдателя) детерминируют их оценку содержания этого текста. Для исследования использовался метод семантического дифференциала. Построенным семантическим пространствам дана содержательная интерпретация.

Испытуемые в позиции автора трактуют себя как субъекты речевого воздействия, позиция реципиента индуцирует создание образа объекта воздействия, позиция нейтрального наблюдателя дезориентирует испытуемых в их оценках.

В статье обосновывается возможность рассмотрения одного коммуникативного акта в дополнительных моделях, содержательная трактовка которых позволяет создать полный образ, существующий как результат соположения моделей, отображающих единый акт коммуникации, как их онтологическое свойство.

Отображение коммуникативного акта в трех дополнительных моделях позволяет приблизить феноменологические наблюдения коммуникантов к онтологически релевантному пониманию акта общения.

Дополнительные модели речевого общения отображают речевое взаимодействие коммуникантов как их речевую активность, описываемую при помощи деятельностной схемы «субъект – объект», в которой каждый коммуникант, полагая себя субъектом речевого воздействия, регулирует внутреннее (сознание и мышление) и внешнее поведение (говорение) собеседника, считая его объектом своего речевого воздействия.

Целесообразно исходить при анализе совместной деятельности, отображенной в виде комплекса дополнительных моделей, из представления, что совместная деятельность является первичной формой человеческой активности.

**Ключевые слова:** семантические пространства, семантический дифференциал, категоризация, речевое общение, психосемантический эксперимент

### **Введение**

Цель данной статьи – обсудить результаты эксперимента по верификации гипотезы о зависимости понимания речевых действий коммуникантов от структуры их речевого общения.

Речевое общение – это процесс социальной интеракции по крайней мере двух коммуникантов, в которой для достижения взаимопонимания используются речевые сообщения, состоящие из языковых и неязыковых знаков. Наблюдения позволяют сделать вывод, что речевое общение разворачивается с целью организации совместной деятельности, необходимость осуществления которой возникает для одного из коммуникантов в случае невозможности решения им некоторой практической задачи. Отсутствие такой возможности вынуждает коммуниканта искать сотрудничества с другим (или другими) членом социума. Для организации этого сотрудничества в рамках совместной деятельности разворачивается речевое общение [Тарасов 2017: 160–167].

В теории речевой деятельности существует достаточно обоснованное представление о структуре речевого общения.

Модель речевого общения отображает речевое взаимодействие коммуникантов как их речевую активность, описываемую при помощи деятельностной схемы «субъект – объект», в которой каждый коммуникант, полагая себя субъектом речевого воздействия, регулирует внутреннее (сознание и мышление) и внешнее поведение (говорение) собеседника, считая его объектом своего речевого воздействия.

Таким образом, модель речевого общения состоит из двух дополнительных моделей, описывающих деятельность коммуникантов, каждый из которых в структуре своей дополнительной модели действует с позиции субъекта, отдавая позицию объекта своему собеседнику. В справедливости этой модели можно легко убедиться в рамках несложного интроспективного наблюдения.

Исследователи предлагают при анализе совместной деятельности исходить из ее первичного характера, т.к. она, по всей видимости, является исторически исходной формой сотрудничества людей. Необходимо отметить, что исследование совместной деятельности целесообразно начинать с анализа дополнительных моделей речевого общения, т. к. речевое воздействие с позиции одного коммуниканта онтологически и феноменологически проще для анализа.

Обратимся к анализу речевого общения коммуникантов в структуре деятельностных моделей, которые строятся в рамках деятельностного подхода, образующего методологические основания для анализа речевого общения.

Деятельностный подход с его субъект-объектной схемой обязывает рассматривать речевое общение как речевое воздействие человека-субъекта на другого человека. Это речевое воздействие представляет собой процесс решения двух видов задач: задач организации речевого общения и задач организации совместной

деятельности. Организация речевого общения осуществляется как процесс решения следующих задач: привлечение произвольного внимания объекта речевого воздействия и введение в поле его восприятия речевых действий, из которых состоит процесс речевого воздействия; удержание внимания реципиента и создание тем самым условий для смыслового восприятия речевых действий, адресованных ему; ориентирование реципиента в качествах субъекта, т.к. именно цели субъекта позволяют реципиенту понять смысл речевых высказываний субъекта; создание атмосферы общения, дружеской или враждебной, субъектом, испытывающим необходимость организовать речевое общение.

Речевое общение организуется с целью регулирования поведения объекта речевого воздействия, в ходе которого субъект стремится организовать с ним совместную деятельность.

Организация совместной деятельности с объектом речевого воздействия предполагает его добровольное сотрудничество с субъектом. Такое сотрудничество возможно только в том случае, если побуждаемый к сотрудничеству сочтет его для себя выгодным. Выгодность участия объекта речевого воздействия обеспечивается его уверенностью, что в ходе предложенной совместной деятельности он удовлетворит какую-либо из своих потребностей. Задачи организации совместной деятельности имеют следующий вид: актуализация или намеренное уклонение от такой актуализации в сознании объекта речевого воздействия одной из его потребностей, невозможность удовлетворения которой является побудительной силой его участия в совместной деятельности; предложение предмета-мотива, удовлетворяющего потребности и овладение которым приводит к удовлетворению актуализированной потребности. Овладение предметом-мотивом – это есть активность объекта, развертываемая им в ходе совместной деятельности, т.е. активность, которая и есть сотрудничество со стороны объекта.

В теории речевой деятельности единицей речевой активности является речевое действие, представляющее собой речевую цепь, развертывание которой побуждается необходимостью достичь какую-либо цель в процессе речевого воздействия. Например, в ходе организации речевого общения необходимо удержать внимание реципиента, что достигается указанием при помощи речевой цепи на некоторые предметы, удовлетворяющие какую-либо его потребность. Форма этой речевой цепи зависит от физических и социальных условий речевого общения, от познавательной способности реципиента, его потребностно-мотивационной сферы (совокупность его потребностей и способов их удовлетворения), от его готовности к сотрудничеству и т.п.

Речевое действие в этом смысле является функциональной психолингвистической единицей при описании речевых сообщений [Тарасов 2008].

### **Описание эксперимента**

Для исследования данной гипотезы предложен психосемантический эксперимент как инструмент анализа смысла и значения текста.

В случае психосемантического подхода в исследовании особенностей понимания текста использовался метод контролируемых ассоциаций. К нему следует отнести многомерную оценку методом Семантического дифференциала [Osgood 1959: 195-200] отношения респондентов к тексту, который оценивается как ав-

торский (созданный самими респондентами и обращенный к читателям) и в другом случае как текст, обращенный к самим респондентам, а также оценка текста с нейтральных позиций. По материалам этих исследований получены интересные результаты по категориальной структуре оценок восприятия текста с этих различных позиций. Текст можно рассматривать с точки зрения ассоциированной с ним информации [Carroll 1959: 58-77]. С помощью метода семантического дифференциала можно определить смысловые особенности понятий, используемых в исследовании понимания текста [Osgood 1969: 42-55]. Представления исследователя об изучаемом явлении дополняются информацией о категориальной системе сознания респондентов. Эта техника может применяться для разработки методик изучения восприятия любой информации [Osgood 1962: 10-28].

Применяя метод семантического дифференциала можно определить расстояние между значениями шкалируемых объектов в числовом виде. Это позволяет оценить различие в оценке разных объектов испытуемым или группой испытуемых [Osgood, Susi, Tannenbaum 1957: 342].

Метод семантического дифференциала предполагает различные способы анализа, при выборе которых исследователь может исходить из поставленных перед ним задач [Osgood, Ware 1961: 62-73].

В результате проведения эксперимента по восприятию текста была построена матрица данных. Полученные в ходе эксперимента данные обрабатывались по программе факторного анализа [Харман 1972: 412]. Семантическое пространство по выделенным факторам позволило оценить категориальную структуру сознания испытуемого, выявить структуру восприятия им текстового материала [Нистратов, Тарасов 2014: 164-180; Нистратов, Тарасов 2017: 417-437].

В работе исследовалось восприятие текста с разных позиций у студентов московских вузов. Исследование проводилось, по методике частного семантического дифференциала [Нистратов, Тарасов 2009: 161-171].

В эксперименте приняло участие три группы респондентов (25, 26, 28 человек) в возрасте 18-25 лет.

Инструкции для проведения эксперимента:

1. Представьте, что Вы являетесь автором этого текста, обращенного к другим людям. Прочитайте и оцените содержание этого текста при помощи данных шкал.

2. Представьте, что этот текст обращен к Вам. Прочитайте текст и оцените содержание этого текста при помощи данных шкал.

3. Прочитайте и оцените содержание этого текста при помощи данных шкал.

Для оценки предъявляемых текстов респонденту давался бланк для фиксации оценки.

Оцениваемый текст:

*Подлинная, высшая свобода если и имеет отношение к юриспруденции, ко «всеобщей декларации прав человека», то весьма косвенное. Гораздо ближе она к тому, что непосредственно связано с духом и душой. Самые свободные люди на земле, по моему убеждению, – праведники и герои-воины. Одни отрешаются от суетного мира ради жизни вечной. Вторые добровольно рискуют (а зачастую и жертвуют) собой, отдавая долг Родине.*

И те, и другие нам как бы подсказывают: вот за что нужно бороться, вот для чего стоит жить.

Главное – довести до каждого: русский человек в окопе, на передовой, защищает наши с вами свободы. С одной стороны, от кровожадных фанатиков, мечтающих насадить по всей планете свою якобы единственную праведную веру. С другой – от тех, кто стремится навязать нам деградантские представления о праве и морали, о нулевой ценности вековых традиций и особой важности самовыражения «меньшинств», о мультикультурализме и целесообразности изъятия из родного языка слов «мать», «отец», «мужчина», «женщина».

### Обсуждение

#### Специфика восприятия текста респондентами с различных позиций

В результате исследования были выделены 10 факторов-критериев, по которым респонденты оценивают текст с различных позиций. Факторы представлены в порядке убывания вклада в общую дисперсию.

1. **Оценка** (*жесткий, грубый, агрессивный, с отрицательным знаком спокойный, приятный, светлый*)

Первый критерий, который можно интерпретировать как оценка (с некоторым акцентом на категории **силы** и **активности**), представлен шкалами: *жесткий, грубый, агрессивный* на одном полюсе и *спокойный, приятный, светлый* на другом. Как можно видеть на Рис.1, данный текст воспринимается как жесткий, грубый и агрессивный с позиции автора и отчасти с нейтральной позиции. С позиции реципиента текст оценивается как *спокойный, приятный, светлый*.

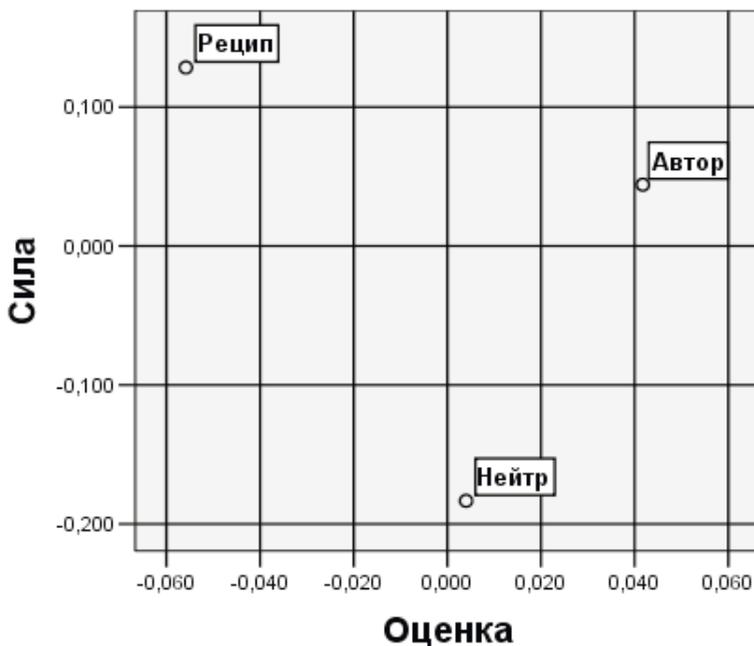


Рис.1

2. **Сила** (*примитивный, наивный, шаблонный, сильный* с отрицательным знаком)

Второй критерий, который можно интерпретировать как **сила**, показывается через отрицательный полюс. Наибольшие показатели по этому критерию, как видно из Рис.1, у текста с нейтральной позиции, а самые слабые – у текста с позиции реципиента. Судя по шкалам, входящим в этот фактор, текст с позиции реципиента воспринимается *примитивным, наивным, шаблонным* и *слабым*. Восприятие с позиции автора можно считать достаточно нейтральным. В итоге – с позиции реципиента текст в семантическом пространстве **оценка / сила** воспринимается *спокойным, приятным, слабым, примитивным, наивным* и *шаблонным*.

**Сила**

Примитивный 0,827

Наивный 0,804

Шаблонный 0,709

Сильный -0,506

**Оценка**

Жесткий 0,846

Грубый 0,841

Агрессивный 0,716

Спокойный -0,542

Приятный -0,477

Светлый -0,399

3. **Символичность** (*образный, художественный, возвышенный, символический*)

На Рис.2 показаны значения объектов по факторам **символичность** и **активность**. Как видно на Рис.2, текст с позиции реципиента (ПР) имеет наибольшее значение по этому фактору, т.е. воспринимается наиболее *образным, художественным, возвышенным* и *символичным*, что противоположно оценкам с позиции автора и с нейтральной позиции. Текст с позиции автора (ПА) имеет более отрицательное значение по фактору **символичность**, чем с нейтральной позиции. Это можно объяснить тем, что реципиенты более критично относятся к своей авторской позиции, которая, вероятнее всего, не совпадает с позицией реального автора.

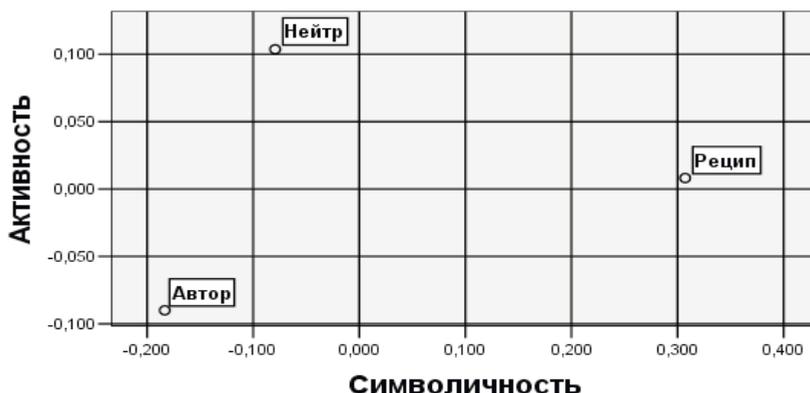


Рис.2

4. **Активность** (*активный, понятный, четкий, выразительный*)

По фактору **активность** наименьшее значение имеет текст с позиции автора, что противоположно оценке с нейтральной позиции. С позиции реципиента текст оценивается достаточно нейтрально. Позитивную оценку с нейтральной позиции можно считать объективной, но позиция автора скорее всего объясняется несогласием с точкой зрения реального автора текста.

**Активность**

Активный 0,799

Понятный 0,564

Четкий 0,433

Выразительный 0,400

**Символичность**

Образный 0,746

Художественный 0,716

Возвышенный 0,652

Символический 0,601

Таким образом, по рассмотренным четырем критериям текст с нейтральной позиции воспринимается как сильный, достаточно нейтральный по оценке, активный и не символический, т.е. не образный, нехудожественный. Текст с позиции автора характеризуется отрицательной оценкой (*жесткий, грубый, агрессивный*), является несильным и пассивным. Текст с позиции реципиента оценивается как *спокойный, приятный, светлый*, но слабый и неактивный, примитивный и наивный и в то же время образный и художественный. Можно сделать вывод, что восприятие одного и того же текста зависит от цели коммуникации.

5. **Сложность** (*легкий, гармоничный, с отрицательным знаком изоощренный, сложный*)

Фактор сложность является биполярным: на положительном полюсе шкалы *легкий* и *гармоничный*, на противоположном *изоощренный* и *сложный*.

Текст с нейтральной позиции располагается на положительном полюсе, т.е. воспринимается как *легкий* и *гармоничный*. Текст с позиции автора на противоположном полюсе, т.е. *изоощренный* и *сложный*, что можно объяснить опять же внутренним несогласием с позицией реального автора.



Рис.3

**6. Естественность** (*естественность, натуралистичность, открытый*)

Текст с нейтральной позиции занимает нейтральную позицию, но по фактору **естественность**. Текст с позиции реципиента оценивается как наименее естественный и натуралистичный, что можно объяснить противодействием манипулированию сознанием реципиента. Более естественным и открытым воспринимается текст с позиции автора.

**Естественность**

Естественный 0,782

Натуралистический 0,670

Открытый 0,505

**Сложность**

Легкий 0,688

Изощенный -0,592

Сложный -0,532

Гармоничный 0,399

**7. Романтичность** (*романтичный, изысканный*)

На Рис.4 отображено семантическое пространство факторов **романтичность / динамичность**.

По фактору романтичность с позиции автора и с позиции реципиента текст воспринимается как более *романтичный* и *изысканный*, чем с нейтральной позиции. Вероятно, необходимость оценить текст в репертуарном режиме создает необычный ореол при восприятии текста. С нейтральной позиции респонденты этих качеств не отмечают.



Рис.4

**8. Динамичность** (*живописный, ироничный, красочный, динамичный, яркий*)

Как видно из рисунка, наиболее динамичным и в то же время наименее романтичным респонденты посчитали текст с нейтральной позиции. Это хорошо согласуется с оценками текста по факторам **сила, активность, символичность**

и оценка. Тексты с позиции автора и с позиции реципиента по фактору **динамичность** располагаются на отрицательном полюсе, что также согласуется с вышеперечисленными факторами.

**Динамичность**

- Ироничный 0,755
- Живописный 0,697
- Динамичный 0,545
- Красочный 0,552
- Яркий 0,410

**Романтичность**

- Романтичный 0,824
- Изысканный 0,742

**9. Обычность** (*холодный, сухой, обыкновенный*)

На Рис.5 видно, что текст с нейтральной позиции и с позиции автора воспринимается как наиболее обычный, а текст с позиции реципиента воспринимается более эмоционально. Возможно, это связано с тем, что в позиции реципиента респонденты чувствуют энергичную попытку регулирования своего сознания автором реального текста.

**10. Искренность** (*самобытный, интимный, искренний*)

Что касается фактора **искренность**, то здесь текст с позиции автора воспринимается противоположным образом с нейтральной позиции. Респонденты с позиции автора не могут воспринимать текст автора как самобытный и искренний. С позиции реципиента текст воспринимается несколько необычным, но нейтрально по фактору **искренность**, т.к. искренность реального автора не всегда можно точно оценить.

**Искренность**

- Самобытный 0,711
- Интимный 0,556
- Искренний 0,427

**Обычность**

- Холодный 0,784
- Сухой 0,580
- Обыкновенный 0,505

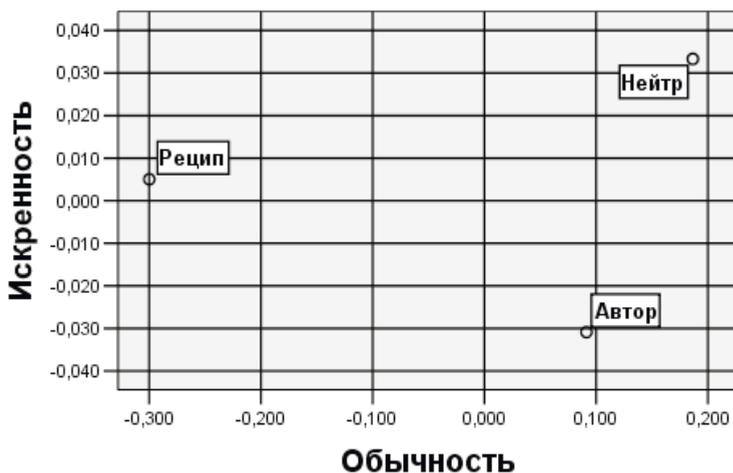


Рис.5

**Выводы**

В Таблице №1 представлены все семантические пространства, построенные по данным психосемантического эксперимента.

**Таблица №1**

<b>Факторы</b>	<i>Текст с нейтральной позиции</i>	<i>Текст с позиции автора</i>	<i>Текст с позиции реципиента</i>
<b>1.Оценка</b>	жесткий, грубый, агрессивный	спокойный, приятный, светлый	спокойный, приятный, светлый
<b>2.Сила</b>	сильный	примитивный, наивный шаблонный, слабый	примитивный, наивный шаблонный, слабый
<b>3.Символичность</b>	необразный, нехудожественный, несимволический не возвышенный	необразный, нехудожественный, несимволический не возвышенный	образный, художественный, символический возвышенный
<b>4.Активность</b>	активный, понятный, четкий, выразительный	неактивный, непонятный, нечеткий, невыразительный	нейтральная оценка
<b>5.Сложность</b>	легкий, гармоничный	изощенный, сложный	нейтральная оценка
<b>6.Естественность</b>	нейтральная оценка	естественный, открытый натуралистический	неестественный, неоткрытый ненатуралистический
<b>7.Романтичность</b>	неромантичный, неизысканный	романтичный, изысканный	романтичный, изысканный
<b>8.Динамичность</b>	живописный, красочный, ироничный, яркий, динамичный	неживописный, некрасочный, неироничный, неяркий, нединамичный	неживописный, некрасочный, неироничный, неяркий, нединамичный
<b>9.Обычность</b>	холодный, сухой, обыкновенный	холодный, сухой, обыкновенный	нехолодный, не сухой, необыкновенный
<b>10.Искренность</b>	самобытный, интимный, искренний	несамобытный, не интимный, неискренний	нейтральная оценка

Текст имеет русофильскую направленность (он принадлежит перу Н.С. Михалкова), с ним идентифицируют себя не все респонденты. Это объясняет противоречия категоризации с позиции автора по факторам **оценка, активность, сложность, динамичность, искренность**.

Н.С. Михалков настаивает на ценности вековых традиций, на активном утверждении традиционного для русской культуры права и морали, активно противопоставляя их важности самовыражения «меньшинств» и мультикультурализму. Респондентам такая позиция не близка. Они не готовы идентифицировать свою авторскую позицию с позицией автора текста.

Респондент в позиции реципиента позиционирует себя в качестве объекта воздействия и воспринимает весь текст как средство регулирования своего внутреннего и внешнего поведения.

Проведенный анализ позволяет сделать выводы, что понимание речевого сообщения фундаментальным образом зависит от позиции испытуемого в экспериментальной ситуации. Позиция нейтрального наблюдателя не индуцирует ярко выраженных оценок содержания. Оценки испытуемого с нейтральной позицией отображают только конфигурацию содержания текста. Занятие активной позиции автора и реципиента провоцирует испытуемых на проявление своих личностных позиций по отношению к социально значимому содержанию текста реального автора. В качестве активных участников процесса речевого общения они идентифицируют себя с субъектом (позиция автора) и объектом (позиция реципиента), что создает активную установку на восприятие содержания текста, которое не совпадает с их жизненной позицией. Жесткая риторика реального авторского текста не позволяет им идентифицировать себя с излагаемой позицией реального автора. В этом, вероятно, кроется идентичность оценок по факторам оценка и сила. Аналогичным образом можно интерпретировать совпадение оценок испытуемых по факторам романтичность и искренность. Позиция реального автора, по всей вероятности, не позволяет испытуемым идентифицировать себя с этой позицией в качестве автора и реципиента.

### Литература

*Нистратов А.А., Тарасов Е.Ф.* Контрастивное исследование лексики с социально сконструированным значением. // Сб. Контрастивные исследования языков мира. Вып. III. М., 2009. С.161-171.

*Нистратов А.А., Тарасов Е.Ф.* Психосемантический эксперимент как инструмент анализа смысла и значения слова//Вопросы психолингвистики. 2017. № 2 (32). С.124-134.

*Нистратов А.А., Тарасов Е.Ф.* Аксиологические аспекты языкового сознания в эпоху глобализации//Актуальные этноязыковые и этнокультурные проблемы современности. Кн.1. М. М.: Наука, 2014. С.164-180.

*Нистратов А.А., Тарасов Е.Ф., Харченко Е.В.* Репрезентация ценностей в языковом сознании у трех поколений русских: 20-и, 40-а и 60-и лет//Актуальные этноязыковые и этнокультурные проблемы современности. Кн.3. М. М.: Наука, 2017. С. 417-437.

*Тарасов Е.Ф.* Онтологические предпосылки теории речевого общения // Вопросы психолингвистики. 2017. № 2 (32). С.160–167.

*Тарасов Е.Ф.* Соотношение деятельности и общения//М.А. Брагина, В.В. Дронов, Н.А. Красс, В.П. Синячкин, Е.Ф. Тарасов Лингвокультуроведческие аспекты формирования языкового сознания иностранных студентов в процессе изучения русского языка. М.: РУДН, 2008, - 347 с.

*Тарасов Е.Ф., Ощепкова Е.С., Нистратов А.А.* Методологические и теоретические проблемы анализа образа России//Языковое сознание: парадигмы исследования. М. – Калуга: 2007, С. 53-65.

*Харман Т.* Современный факторный анализ. М, 1972. 412 с.

*Carroll J.D.* A review of the measurement of meaning language. 1959, 35. P.58-77.

*Osgood Ch.* Studies on Generality of affective meaning system. – Amer. Psychol., 1962, v. 17, P.10-28.

*Osgood C.E., Ware E.E. & Morris C.* “Analysis of the connotative meaning of a variety of human values as expressed by American college students”. J. abnorm. soc. Psychol., 1961, 62, P. 62-73.

*Osgood Ch., Suci G.J., Tannenbaum P.H.* The measurement of meaning. Urbana, 1957. 342 p.

*Osgood C.E.* Semantic space revisited. Word, 1959, 15. P.195-200.

## **CORRELATION BETWEEN TEXT PERCEPTION AND PERSON'S COMMUNICATIVE POSITION**

**Alexandr A. Nistratov**

Researcher

Faculty of Psychology, Moscow State University

Moscow, Mokhovaya ul.

*a.nistratov@mail.ru*

**Evgeniy F. Tarasov**

Head of Psycholinguistics Department

Institute of Linguistics, Russian Academy of Sciences

1/1 B. Kislovskiy per., Moscow, Russian Federation, 125009

*eft35@mail.ru*

The article describes the experimental verification of the hypothesis that communicators' positions towards the produced and perceived texts (the positions of the author, recipient and neutral observer) determine their perception of the text. In this experiment, the method of semantic differential was used and meaningful interpretation was given to the constructed semantic spaces.

The subject of the experiment acting as the author of the text finds him/herself the subject of the speech interaction, while the recipient's position induces creation of the object's image, and the neutral position confuses the subjects.

This article proves the possibility of reviewing a communicative act in additional models, understanding of which can provide us with a full image, being a combination of models depicting the communication act as their *их* ontological property.

Depicting a communicative act as three additional models provides us with an opportunity to make their phenomenological vision closer to the ontologically relevant understanding of the speech act.

Additional communication models reflect speech communication as the speech activity depicted by the actory scheme (subject – object), when each communicator, considering him/herself to be the subject of the speech utterance, regulates both internal (consciousness and thinking) and external behavior (speech) of his interlocutor, considering him to be the object of his or her speech utterance

It is worth taking into account that common activity (depicted as a complex of added models) is the initial form of human activity before analyzing common activity.

**Keywords:** semantic spaces, categorization, speech communication, semantic differential, psychosemantic experiment

### References

*Nistratov A.A., Tarasov Ev.F.* Kontrastivnoye issledovaniye leksiki s sotsial'no skonstruirovannym znacheniyem [Contrastive study of vocabulary with socially constructed meaning] // Sb. Kontrastivnyye issledovaniya yazykov mira. Vyp. III. M., 2009. (In Russian)

*Nistratov A.A., Tarasov Ev.F.* Psikhosemanticheskiy eksperiment kak instrument analiza smysla i znacheniya slova [Psychosemantic experiment as a tool for analyzing the meaning and meaning of a word] // Voprosy psikholingvistiki. 2017. № 2 (32). (In Russian)

*Nistratov A.A., Tarasov Ev.F.* Aksiologicheskiye aspekty yazykovogo soznaniya v epokhu globalizatsii [Axiological aspects of language consciousness in the era of globalization] // Aktual'nyye etnoyazykovyye i etnokul'turnyye problemy sovremennosti. Kn.1. M.:Nauka, 2014. –pp.164-180.

*Nistratov A.A., Tarasov Ev.F., Kharchenko Ye.V.* Reprezentatsiya tsennostey v yazykovom soznanii u trekh pokoleniy russkikh: 20-i, 40-a i 60-i let [Representation of values in the linguistic consciousness of three generations of Russians: 20, 40, and 60 years old] // Aktual'nyye etnoyazykovyye i etnokul'turnyye problemy sovremennosti. Kn.3. M.:Nauka, 2017. - pp. 417-437 (In Russian)

*Tarasov Ev.F.* Ontologicheskiye predposylki teorii rechevogo obshcheniya [Ontological background of the theory of speech communication] // Voprosy psikholingvistiki. 2017. № 2 (32). (In Russian)

*Tarasov Ev.F.* Sootnosheniye deyatelnosti i obshcheniya [The ratio of activities and communication] // Bragina M.A., Dronov V.V., Krass N.A., Sinyachkin V.P., Tarasov Ye.F. Lingvokul'turovedcheskiye aspekty formirovaniya yazykovogo soznaniya inostrannykh studentov v protsesse izucheniya russkogo yazyka. M.: RUDN, 2008, (In Russian)

*Tarasov Ev.F., Oshchepkova Ye. S., Nistratov A.A.* Metodologicheskiye i teoreticheskiye problemy analiza obraza Rossii. [Methodological and theoretical problems of analyzing the image of Russia] // Yazykovoye soznaniye: paradigmnyye issledovaniya. M. – Kaluga, 2007. (In Russian)

*Kharman T.* Sovremennyy faktornyy analiz. [Modern factor analysis] M, 1972. 412 p.

*Osgood Ch.* Studies on Generality of affective meaning system. — Amer. Psychol., 1962, v. 17. p.10–28.

*Osgood C.E., Ware E.E. & Morris C.* “Analysis of the connotative meaning of a variety of human values as expressed by American college students”. J. abnorm. soc. Psychol., 1961, 62, P. 62-73.

*Carroll J.D.* A review of the measurement of meaning language, 1959, 35. p.58-77.

*Osgood Ch., Suci G. J., Tannenbaum P.H.* The measurement of meaning. Urbana, 1957. 342 pp.

*Osgood C.E.* Semantic space revisited. Word, 1959, 15. P.195-200. **DOI: 10.30982/2077-5911-2018-4-112-119**