

УДК 81.23

DOI: 10.18384/2310-712X-2018-5-54-62

## ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ В ФОРМЕ ТЕКСТА В НОВЫХ УСЛОВИЯХ (ИЗ ОПЫТА ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ)

**Пешкова Н.П.**

*Башкирский государственный университет*

*450076, г. Уфа, ул. Заки Валиди, д. 32, Российская Федерация*

**Аннотация.** Статья посвящена изучению некоторых особенностей восприятия информации в форме текста в современных условиях. В частности, рассматриваются такие факторы, влияющие на коммуникативные процессы, как переход от «высокой» культуры к культуре массовой, стремящейся использовать понятный всем «простой» язык, тенденция к эксплицитному «прямому высказыванию», усиление процессов «текстового насилия» в различных формах коммуникации, прежде всего, в интернет-общении. Автор проанализировал результаты экспериментальных исследований, осуществлённых посредством метода «встречного текста» с целью изучения особенностей восприятия и понимания текстов глянцевого журналов, Библии, художественных произведений, научно-популярных и научных текстов. Кроме того, рассмотрены комментарии пользователей информационных микроблогов. Как показывает проведённый автором анализ, обсуждаемые в статье факторы восприятия информации в новых условиях влияют на стратегии понимания текста, что находит отражение в продуцируемых реципиентами «встречных текстах», рассматриваемых в исследовании в качестве продукта понимания.

**Ключевые слова:** понимание текста, условия восприятия, тип текста, метод «встречного текста», реакция оценки, прецедентный текст, интертекст.

## SPECIFIC FEATURES OF PERCEIVING INFORMATION IN THE TEXT FORM UNDER NEW CONDITIONS (RESULTS OF SOME EXPERIMENTAL RESEARCH)

**N. Peshkova**

*Bashkir State University*

*32 ulitsa Zaki Validi, Ufa 450076, Russian Federation*

**Abstract.** The paper is devoted to the investigation of some specific features of perceiving information in the text form under present day conditions. The analysis is focused on factors influencing communication processes, such as transition from “high” culture to popular culture, striving to use the “simple” language comprehensible to everybody; tendency to explicit “direct” statement; intensive processes of “text violence” taking place in different communication forms and, first of all, in Internet communication. The author has analyzed data of the experimental research carried out by means of the “internal counter-text” method with the purpose of study-

ing perception and comprehension of glossy magazines texts, the Bible, works of fiction, and, besides, popular science texts and scientific ones. Some comments given by users of information microblogs have also been considered. The analysis performed by the author demonstrates that the new conditions of information perception discussed in the article impact the text comprehension strategies which is reflected in "internal counter-texts" produced by recipients and considered as final comprehension product in this research.

**Key words:** text comprehension, perception conditions, text-type, "internal counter-text" method, evaluation response, precedential text, inter-text.

В условиях современной жизни, называемых эпохой перехода к «глобальному языку» [1] и характеризующих зачастую как «состояние перелома», происходящего в социокультурных сферах общества [12], язык, формируя речь в процессе коммуникации, не просто влияет на наши поступки, как справедливо полагал Фердинанд де Соссюр, но становится одним из «главных инструментов социальных и культурных изменений» в обществе [12, с. 5]. В таких условиях процессы восприятия, понимания и интерпретации информации в форме различных видов текстов обусловлены рядом новых факторов. Эти факторы можно считать «внешними» по отношению к личности, однако они влияют на внутренний мир коммуникантов, формируя систему их ценностей. Обратимся к анализу некоторых из них, наиболее существенных с нашей точки зрения.

Как мы отмечали ранее [6], к одним из таких факторов относится так называемый переход «души» из «тела» умирающей высокой культуры в культуру «массовую и низкую». Этот переход начался с конца XX в. и привёл, по мнению ряда исследователей, к утрате «строгих очертаний» таких видов искусства, как «высокое» и массовое. Одним из следствий этого процесса стало стремление «всеобъемлющей культуры» нового XXI в. «говорить на

языке, понятном всем и каждому» [12, с. 128].

Как отмечает Н.А. Пиотровский, в современных условиях понятия «элитарного» и «массового» в отношении культуры в узком значении, введённые Ортегой-и-Гассетом, теряют «строгие очертания». Под массовой культурой начинают понимать сам способ или «метод» её существования. Если в XX в. различали искусство «ради развлечения» и искусство «ради эстетики», то в новом веке искусство «ради развлечения» и искусство «ради эстетики» стали рассматривать как «варианты субкультур единой, всеобъемлющей культуры» [12, с. 128, 129].

При этом важной особенностью единой культуры нового века является, как мы уже отметили, стремление к понятному (условно) всем языку, что не может не оказать влияния и на автора, порождающего тексты той или иной культуры, и на условия их восприятия и интерпретации адресатом.

Следующим фактором, обуславливающим специфику восприятия и понимания информации в современных условиях, с нашей точки зрения, является тенденция перехода к так называемому «прямому высказыванию», характерному для культуры и искусства нового века [12, с. 132].

Нужно подчеркнуть, что завершение «эпохи подтекста» и «непрямого

высказывания», присущих, по мнению исследователей, искусству двадцатого века [12], и переход к «прямому высказыванию» касаются прежде всего широкой массовой культуры, одним из ярких проявлений которой выступают медийная и интернет-коммуникация.

По мнению ряда исследователей, и в том числе Н.А. Пиотровского, XX в. оставался эпохой «самого непрямого высказывания» из всех возможных, в которой подтекст имел большее значение, чем сам текст, а интерпретация была важнее авторского текста, в результате чего содержание, представленное в прямой форме, считалось банальностью. Эпоха подтекста завершилась постмодернизмом. Новой же тенденцией стал поворот в сторону традиции и возвращение к базовым архетипическим понятиям, заложенным в природе человека [12, с. 136].

Тяготение к «прямому высказыванию» и, можно сказать, «стиль прямого высказывания» присутствует в медийном дискурсе и в ещё большей степени в интернет-коммуникации. В частности, он доминирует как в сообщениях информационных микроблогов, так и в интернет-комментариях к ним.

Мы полагаем, что третьим важнейшим фактором, обуславливающим особенности современного восприятия информации, является тенденция к усилению так называемого «текстового насилия» [9]. По мнению многих исследователей, текстовое насилие представляется одной из имманентных характеристик современной культуры. Под «текстовым насилием» традиционно понималось принудительное потребление текстовой продукции. Уместно вспомнить, что в психологии также говорят о «вербальном

насилии» как способе контролирования партнёра по коммуникации.

Согласно Г.Г. Слышкину, предложившему определение данного понятия в начале века, «текстовое насилие» есть процесс усвоения информации при отсутствии у адресата самостоятельно сформировавшейся интенции ознакомления с текстом [10, с. 45]. Осуществлять его могут как индивиды, так и общественные институты.

При этом возникает вопрос о формировании в подобных процессах такой характеристики текста, как его прецедентность. Как полагали исследователи в начале нового века, методы индивидуального «текстового насилия» не были эффективными настолько, чтобы способствовать обретению текстом статуса прецедентного для социума, приводя примеры надписи на заборе или громко включённой песни. Однако это утверждение могло быть справедливым только в условиях отсутствия интернет-коммуникации. С её появлением ситуация, безусловно, изменилась. Сегодня «текстовое насилие» эффективно осуществляют не только авторитетные общественные институты, но и равноправные интернет-коммуниканты.

Мы бы также переформулировали и само определение понятия «текстовое насилие» в современных условиях восприятия информации, несколько сместив акценты. Под ним можно подразумевать любое восприятие текста в условиях массовой коммуникации, например телекоммуникации или интернет-коммуникации, разными группами адресатов. Причём одни из них не имеют осознанного намерения получить информацию, в то время как другие, имея таковое, для получения

необходимой информации вынуждены «отсеивать» огромное количество ненужных, «попутных» фактов, наполняющих информационный поток, подвергаясь информационному насилию.

Когда мы рассуждаем о восприятии и усвоении информационной продукции с уже закреплённым статусом прецедентных текстов, нельзя не согласиться с тем, что институциональное текстовое насилие осуществляется обычно двумя основными способами: директивным методом и методом «паразитической дополнительнойности» [9]. Директивный способ заключается в том, что усвоение определённых текстов членами социума предписывается властными институтами. Этот способ реализуется в форме письменных произведений, легитимных для данного социума. Трудно не согласиться с тем, что наиболее распространённой формой имплементации директивного способа в современном обществе является школьная программа по гуманитарным предметам.

Вторым, также весьма распространённым, способом текстового насилия выступает метод «паразитической дополнительнойности», состоящий «в присоединении навязываемого текста к каким-либо значимым объектам человеческой деятельности» [9, с. 78]. Как известно, это хорошо демонстрируется телекоммуникацией, например, телевизионной рекламой, прерывающей любые передачи или фильмы. Она может быть не только коммерческой, но и социальной, возможно, несущей полезную для членов социума информацию. Тем не менее не успевающий переключиться зритель вынужден воспринимать навязываемый ему рекламный текст, поскольку у него есть намерение вернуться к той ин-

формации, которую он ранее осознанно выбрал для восприятия.

Одна из наиболее распространённых форм современной коммуникации – это, как известно, интернет-коммуникация. Она же становится дополнительным источником возникновения новых прецедентных явлений и, безусловно, инструментом их насильственного восприятия.

Интернет-коммуникация, обладая всеми обсуждаемыми выше особенностями, представляет собой процесс восприятия информации и одновременного продуцирования бесконечного множества «встречных текстов». Так, тексты информационных микроблогов порождают «встречные комментарии», часть из которых, в свою очередь, сразу же становится новым объектом восприятия и стимулом для новых «встречных комментариев», и так (условно) до бесконечности.

Подчеркнём, что и тексты-стимулы, и «встречные комментарии» к ним проявляют тенденции к использованию и «простого» языка изложения, понятного всем, и «прямого высказывания», называющего вещи своими именами. При этом участники подобной интернет-коммуникации, заинтересованные в получении конкретной информации, не могут быть защищены от «текстового насилия» в нашем понимании, представленном выше.

Можно предположить, что совокупность всех описанных выше особенностей получения информации в текстовой форме в современных условиях порождает новые виды ответных реакций со стороны адресатов, сопровождающие процессы восприятия и понимания. Наше предположение находит подтверждение в новых экс-

периментальных данных, полученных путём использования известного метода «встречного текста» А.И. Новикова и проанализированных с применением его основных принципов [5]. Прежде всего можно констатировать, что меняется общий характер «встречного текста», рассматриваемого нами в качестве продукта понимания, порождаемого участниками наших экспериментов общим количеством около 500 испытуемых, принадлежащих студенческому социуму, в возрастном диапазоне от 18-ти до 23-х лет [7; 8].

Анализ данных экспериментального изучения специфики понимания текстов глянецовых журналов с использованием метода «встречного текста» регистрирует прежде всего возрастание степени эмоциональности восприятия, характерное для подавляющего большинства реципиентов, и преобладание реакций, содержащих эмоциональную оценку [4]. По сути, высокая степень эмоциональности восприятия проявляется в доминировании прямой эмоциональной оценки, достигающей 30% от общего количества реакций, практически при отсутствии оценки рациональной и небольшом количестве случаев имплицитной оценки, также в основном эмоционального характера (9–10%).

Отражением особенностей восприятия текстовой информации в новых условиях, по нашему мнению, служит реакция, связанная с обращением реципиентов к прецедентным явлениям, усвоенным в процессе предыдущего опыта, получившая в оригинальной методике «встречного текста» название «интертекст» [5].

Нужно отметить, что «встречные тексты», типичные для восприятия

нашими испытуемыми, информации из глянецовых журналов подтверждают проводимые ранее опросы, из которых очевидно, что большая часть коммуникантов при общении редко обращается к прецедентным текстам, хотя в большинстве случаев понимает апелляцию к некоторым видам прецедентности, имеющую место в медийных текстах. При восприятии статей глянецовых журналов реакция «интертекст», отражающая обращение самих реципиентов к прецедентности, составляет в целом 1,5% [4].

Можно сравнить приведённые выше данные относительно реакции «интертекст» с данными, отражающими обращение к прецедентности реципиентов текстов других типов. Как мы отмечали ранее в исследовании, посвящённом прецедентности [7], наибольшая доля реакций «интертекст» приходится на «встречные тексты» реципиентов художественных произведений, когда она достигает 2,7%, и, по данным исследования И.В. Кирсановой, адресатов научно-популярных текстов, где она составляет 2,8% [3].

При понимании испытуемыми текста Библии на реакцию «интертекст» приходится не более 1,8% [2]. Наименьший процент продуцирования этой реакции показали адресаты научного текста: он составляет 0,4% [8].

Особой разновидностью «встречного текста», порождаемого не в условиях научного эксперимента, а в процессе естественной коммуникации, являются комментарии пользователей информационных микроблогов, продуцируемые участниками интернет-коммуникации. Они представляют собой разнообразные виды реакций, получившие определение в используемом нами методе

«встречного текста» [5], в том числе и реакций на «текстовое насилие».

Изучая данный материал посредством метода А.И. Новикова как инструмента анализа, а не способа организации и проведения эксперимента при исследовании процессов понимания, мы констатируем ещё более высокий уровень использования интернет-коммуникантами эксплицитной эмоциональной оценки в форме прямого высказывания как стратегии восприятия и интерпретации информации. Он достигает 84%, включая комбинированные реакции, содержащие оценочный компонент [11]. Нельзя не отметить, что языковая форма подобных прямых оценочных высказываний едва ли приемлема в условиях реальной массовой коммуникации, что отчасти объяснимо условиями анонимности, присущими виртуальной коммуникации.

Процент реакции «интертекст», отражающей присутствие известного или популярного «чужого» текста в индивидуальном «встречном комментарии», достаточно велик по сравнению с данными по этой реакции при восприятии других типов текстов. В целом он достигает 4,2%, при этом 1,4% приходится на реакции в «чистом виде» и 2,8% – на комбинации других видов реакций с оценкой.

Таким образом, диапазон использования прецедентных текстов испытуемыми, принадлежащими университетскому молодёжному социуму, в реакциях, составляющих основу стратегий восприятия и понимания письменной информации, колеблется от 0,4% до 4,2%. Незначительность присутствия реакции «интертекст» становится очевидной при сравнении

этих данных с показателями реакций «оценки» и «мнения», которые могут составлять от 12% до 40% от общего количества реакций при восприятии текстов тех же типов.

Упомянем источники прецедентных текстов, используемых испытуемыми. Отметим, что часто они обращаются к «культовым» песням (*Бег на месте общеукрепляющий. Есаул-есаул, ты оставил коня. Гоп-стоп, мы подошли из-за угла*), пословицам и поговоркам (*Муж да жена – одна сатана. Голь на выдумки хитра*), народным сказкам (*Дедка за репку, бабка за дедку. Колобок-колобок, я тебя съем*).

Используются фразы из мультфильмов и фильмов, их названия (*Куда идём мы с пятачком. Война престолов*). При этом ссылки на зарубежные фильмы единичны.

В реакции «интертекст» упоминаются прецедентные имена сказочных, реже литературных героев (*Иванушка-дурачок. Ромео и Джульетта*), ещё реже приводятся ссылки на названия классических литературных произведений (*«Война и мир»*. «*На дне*»). Цитаты из текстов литературных произведений единичны (*Народ безмолвствовал*).

Как можно было предположить, единичными оказываются также библеизмы, ссылки на греческую мифологию (*Афродита. Во многия знания – многия печали*) [7].

Мы полагаем, что приведённые выше источники прецедентности свидетельствуют о реализации в реакции «интертекст», продуцируемой нашими испытуемыми, по сути, двух уровней прецедентности, соотносимых с особенностями их вербального сознания, а именно: социумно-прецедентного и национально-прецедентного; без-

условно, помимо автопрецедентного, связанного с проявлением индивидуальных речевых особенностей. Как мы отмечали выше, проявления универсально-прецедентного уровня носят единичный характер.

Специфика интернет-коммуникации представляется нам источником новой прецедентности «без границ». Характеризуя прецедентность «встречных» интернет-комментариев, подчеркнём, что она отличается присутствием тех явлений, которые не так давно считались проявлением низкой культуры и, как правило, не облакались в одежды письменного языка.

Итак, особенности восприятия информации в новых условиях, обсуж-

даемые в статье, находят отражение в реакциях, составляющих «встречный текст», рассматриваемый нами как продукт понимания информации в форме текста. Данные по отдельным вербальным реакциям, приведённые выше, и по «встречному тексту» в целом, как нам представляется, являются не только отражением специфики вербального сознания молодёжного социума, переживающего социальные и культурные изменения общества, находящегося в «состоянии перелома» сегодня, но и позволяют строить достаточно реальные прогнозы относительно будущего.

*Статья поступила в редакцию 29.06.2018*

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Валуццева И.И., Хухуни Г.Т. Наука на национальном языке: излишество или необходимость // Жизнь языка в культуре и социуме-7: материалы Всероссийской научной конференции, Москва, 1–2 июня 2018 г. М.: Канцлер, 2018. С. 19–20.
2. Давлетова Я.А. Психолингвистическое исследование особенностей понимания библейских текстов: дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2012. 210 с.
3. Кирсанова И.В. Многозначность семантики текста как реализация индивидуальных стратегий понимания: дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2007. 187 с.
4. Моисеева А.В. Исследование психолингвистических особенностей восприятия и понимания текста глянцевого журнала: дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2017. 240 с.
5. Новиков А.И. Текст и «контртекст»: две стороны процесса понимания // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1. С. 64–76.
6. Пешкова Н.П. «Встречный текст» и его прецедентность как отражение новых условий восприятия информации // Жизнь языка в культуре и социуме-7: материалы Всероссийской научной конференции, Москва, 1–2 июня 2018 г. М.: Канцлер, 2018. С. 188–190.
7. Пешкова Н.П. Прецедентный текст как реакция реципиента при понимании письменных речевых произведений различных типов // Межкультурная ↔ Интракультурная коммуникация: прецедентный текст в коммуникации: материалы 6-ой Международной научно-практической конференции, Уфа, 15–16 декабря 2018 г. Москва, Уфа: РИЦ БашГУ, 2017. С. 199–206.
8. Пешкова Н.П. Типология научного текста: психолингвистический аспект (на материале научных, научно-популярных, технических текстов): монография. 2-е изд., доп. и перераб. Уфа: РИЦ БашГУ, 2015. 292 с.
9. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов. М.: Academia, 2000. 141 с.
10. Слышкин Г.Г., Ефремова М.А. Кинотекст (Опыт лингвокультурологического анализа). М.: Водолей Publishers, 2004. 153 с.

11. Титлова А.С. Микроблог как вид интернет-текста: аспект понимания: дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2018. 241 с.
12. Язык: сборник статей о становлении русского дискурса / сост. А.В. Щипков. М: Пробел-2000, 2017. 144 с.

#### REFERENCES

1. Valuitseva I.I., Khukhuni G.T. [Science in the national language: excess or necessity]. In: *Zhizn' yazyka v kul'ture i sotsiume-7: materialy Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii, Moskva, 1-2 iyunya 2018 g* [The life of language in culture and society-7: materials of all-Russian scientific conference, Moscow, June 1-2, 2018]. Moscow, Kantsler Publ., 2018, pp. 19-20.
2. Davletova Ya.A. *Psikholingvisticheskoe issledovanie osobennostei ponimaniya bibleiskikh tekstov: dis. ... kand. filol. nauk* [Psycholinguistic study of the understanding of biblical texts: PhD thesis in Philology]. Ufa, 2012. 210 p.
3. Kirsanova I.V. *Mnogoznachnost' semantiki teksta kak realizatsiya individual'nykh strategii ponimaniya: dis. ... kand. filol. nauk* [Polysemy of text semantics as an implementation of individual strategies of understanding: PhD thesis in Philology]. Ufa, 2007. 187 p.
4. Moiseeva A.V. *Issledovanie psikholingvisticheskikh osobennostei vospriyatiya i ponimaniya teksta glyantsevoogo zhurnala: dis. ... kand. filol. nauk* [The study of psycholinguistic features of the perception and understanding of a glossy magazine text: PhD thesis in Philology]. Ufa, 2017. 240 p.
5. Novikov A.I. [Text and Counter-text: two sides of the comprehension process]. In: *Voprosy psikholingvistiki* [Journal of Psycholinguistics], 2003, no. 1, pp. 64-76.
6. Peshkova N.P. ["Counter text" and its precedence as a reflection of the new conditions of perception of information]. In: *Zhizn' yazyka v kul'ture i sotsiume-7: materialy Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii, Moskva, 1-2 iyunya 2018 g.* [The life of language in culture and society-7: materials of all-Russian scientific conference, Moscow, June 1-2, 2018]. Moscow, Kantsler Publ., 2018, pp. 188-190.
7. Peshkova N.P. [The precedent text as a reaction of the recipient in understanding the written speech works of various types]. In: *Mezhkul'turnaya ↔ Intrakul'turnaya kommunikatsiya: pretsedentnyi tekst v kommunikatsii: materialy 6-oi Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Ufa, 15-16 dekabrya 2018 g.* [Intercultural ↔ Intra-cultural communication: a precedent text in communication: materials of the 6th International Scientific and Practical Conference, Ufa, December 15-16, 2018]. Moscow, Ufa, Editorial and publishing center of BashSU Publ., 2017, pp. 199-206.
8. Peshkova N.P. *Tipologiya nauchnogo teksta: psikholingvisticheskii aspekt (na materiale nauchnykh, nauchno-populyarnykh, tekhnicheskikh tekstov)* [The typology of scientific texts: a psycholinguistic aspect (study of scientific, popular scientific, technical texts)]. Ufa, Editorial and publishing center of BashSU Publ., 2015. 292 p.
9. Slyshkin G.G. *Lingvokul'turnye kontsepty pretsedentnykh tekstov* [Linguistic-cultural concepts of precedent texts]. Moscow, Academia Publ., 2000. 141 p.
10. Slyshkin G.G., Efremova M.A. *Kinotekst (Opyt lingvokul'turologicheskogo analiza)* [Film text (Linguocultural analysis)]. Moscow, Vodolei Publishers Publ., 2004. 153 p.
11. Titlova A.S. *Mikroblog kak vid internet-teksta: aspekt ponimaniya: dis. ... kand. filol. nauk* [Microblogging as a kind of Internet text: the aspect of understanding: PhD thesis in Philology]. Ufa, 2018. 241 p.
12. Shchipkov A.V., comp. *Yazyk: sbornik statei o stanovlenii russkogo diskursa* [Language: a Collection of articles on formation of the Russian discourse]. Moscow, Probел-2000 Publ., 2017. 144 p.



**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ**

*Пешкова Наталья Петровна* – доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой иностранных языков естественных факультетов Башкирского государственного университета;  
e-mail: peshkovanp@rambler.ru

**INFORMATION ABOUT THE AUTHOR**

*Natalia P. Peshkova* – Doctor in Philology, Professor, Head of the Department of Foreign Languages for Natural Sciences, Bashkir State University;  
e-mail: peshkovanp@rambler.ru

---

**ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ**

Пешкова Н.П. Особенности восприятия информации в форме текста в новых условиях (из опыта экспериментальных исследований) // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2018. № 5. С. 54–62.  
DOI: 10.18384/2310-712X-2018-5-54-62

**FOR CITATION**

Peshkova N.P. Specific Features of Perceiving Information in the Text Form Under New Conditions (Results of Some Experimental Research). In: *Bulletin of Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2018, no. 5, pp. 54–62.  
DOI: 10.18384/2310-712X-2018-5-54-62