

Наталья Петровна Пешкова, д. филол. н.
Уфимский университет науки и технологий,
Уфа, Россия
э-почта: peshkovanp@rambler.ru

Natalia Petrovna Peshkova, Dr. of Sc. (Philology)
Ufa University of Science and Technology, Ufa,
Russia
e-mail: peshkovanp@rambler.ru

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ СОДЕРЖАНИЯ ТЕКСТА АДРЕСАТОМ СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА

Проанализированы данные экспериментальных исследований восприятия текстов различных типов с использованием метода «встречного текста». Выявлен ряд изменений в реакциях адресатов информации, обусловленных спецификой современной коммуникации.

Ключевые слова: интерпретация текста; смысл – содержание; адресат информации; метод «встречного текста»; смысловые реакции.

INTERPRETATION OF TEXT CONTENT BY THE ADDRESSEE OF THE MODERN SOCIETY

Experimental data of the research aimed at studying perception of different text-types by means of the “counter-text” method have been analyzed. A number of changes in the addressee responses caused by some specific features of modern communication have been revealed.

Key words: text interpretation; sense – content; addressee of text information; “counter-text” method; responses of sense-type.

Настоящее исследование, как и ряд наших предшествующих работ, посвящено проблемам понимания и интерпретации содержания различных типов текста, и в том числе, важнейшей составляющей этого процесса – смыслу. Мы полагаем, что процесс понимания связан не только с извлечением общей информации или конкретных фактов, но и с их смысловой интерпретацией, представляющей собой как извлечение авторского смысла, заложенного в содержательно-смысловой структуре текста, так и приписывание собственных смыслов воспринимаемому содержанию.

В настоящем исследовании мы опираемся на определение смысла, данное А. И. Новиковым, основоположником школы «психолингвистики текста», в русле которого ведутся научные проекты представителей уфимского направления данной школы и наши собственные разработки [1, с. 461–463]. Согласно этому определению, содержание является «проекцией текста на сознание» <...> «смысл – обратной проекцией сознания на текст» [2, с. 112].

Отметим, что в качестве инструмента наших исследований используется метод «встречного текста» А. И. Новикова, отражающий такие уровни репрезентации окружающей действительности в сознании человека, как содержательный и смысловой, через вербальные реакции «встречных текстов» адресатов. При продуцировании такого внутреннего, или «встречного», текста адресатом информации, воспринимаемой в форме любого типа текста, в качестве стимула выступают его содержание и смысл.

Нельзя не отметить, что нас интересовал вопрос не просто преобладания вида реакций во «встречном тексте» адресата информации, но доминирование в нем содержательной или смысловой стороны воспринимаемого текста, определяемой количеством соответствующих реакций.

Изначально, по нашей гипотезе, подобное доминирование зависело от типа текста, воспринимаемого и интерпретируемого адресатом. Именно такую картину демонстрировали данные наших первых экспериментальных исследований, согласно

которым наименьшее количество смысловых реакций сопровождало восприятие нашими испытуемыми научных текстов (38%), наибольшее количество таких реакций выдавали адресаты медийных текстов (87%) и участники интернет-коммуникации (92%) [1, с. 466–467].

Как известно, склонность испытуемых к интерпретации информации любого типа текста, выражающейся в приписывании собственных субъективных смыслов, возможно измерить с использованием коэффициента интерпретативности как отношения количества совпадений концептуальных единиц вторичного текста адресата и исходного текста автора к общему количеству всех концептуальных единиц вторичного текста адресата [2, с. 94].

Наши исследования показывают, что материальной формой интерпретативности, т. е. средством измерения склонности адресата информации к ее интерпретации, может служить не только вторичный текст, генерируемый испытуемыми-адресатами информации в форме различных текстов, но и порождаемые ими в процессе эксперимента «встречные тексты», а также интернет-комментарии, продуцируемые участниками реальной (а не экспериментальной) интернет-коммуникации.

Квантитативный и содержательный анализ данных наших экспериментов дал возможность выявить отношения как равновесия, так и преобладания содержательных или смысловых реакций во «встречных текстах» наших испытуемых, и определить их склонность к интерпретации информации, обусловленную, конечно, не только таким фактором, как тип воспринимаемого текста, но и их индивидуальными особенностями восприятия.

Согласно данным по количественному показателю присутствия смысловых реакций во «встречных текстах» участников наших экспериментальных исследований, наибольший коэффициент интерпретативности, приближающийся к единице и демонстрирующий рост в течение последних пяти лет, вполне ожидаемо связан с текстами интернет-коммуникации (0,9–0,95), «глянцевых» журналов (0,8–0,9) и библейскими текстами (0,7–0,76).

Представляет интерес тот факт, что коэффициенты интерпретативности художественного и научно-популярного текста, присущие современному адресату художественной и научно-популярной литературы, практически равны. При этом за пять последних лет они выросли от 0,57 и 0,56 до 0,75 и 0,7, соответственно. Наиболее низким по-прежнему остается коэффициент интерпретативности при восприятии текста научного, однако за последние пять лет он также увеличился с 0,4 до 0,5.

Таким образом, можно констатировать факт увеличения смысловых реакций, проявляемых современными адресатами при понимании информации в форме текстов любых типов, свидетельствующий об усилении проявлений их склонности к интерпретации информации любого вида. При этом склонность к интерпретации содержания воспринимаемого текста адресатом современного социума проявляет себя, на наш взгляд, с негативными, в определенном смысле, особенностями.

Мы уже отмечали значительное присутствие во «встречных текстах» испытуемых наших экспериментов последних лет эмоциональной оценочности, передаваемой как вербально, так и невербально. Особенностью проявления эмоций становится негативная эмоциональность и эмоциональная несдержанность в форме обценной лексики. Принято считать, что это особенность присуща только интернет-коммуникации и связана с анонимностью последней. Однако, на сегодня отсутствие этических ограничений мы можем наблюдать и в условиях эксперимента, и зачастую это не связано с возможностью сохранить анонимность. Так, в одном из

наших экспериментов молодежной группе испытуемых был предложен выбор указывать или не указывать свое имя; для значительной части испытуемых указание имени не ограничило свободу самовыражения в негативной форме.

Нельзя не отметить, что популярной формой выражения многих видов реакций стал поликодовый текст, с привлечением рисунков и эмотиконов. Можно встретить и полную замену вербального текста рисунком, в котором представлены визуальные образы и ассоциации адресата (подобные реакции не наблюдались к экспериментальной базе 5-летней давности).

Переходя к внешней форме выражения смысловых и содержательных реакций, следует назвать, прежде всего, ее краткость. Вероятно, это еще одно проявление тенденции конденсирования информации и обратная сторона предпочтения адресатами текстов небольшого физического объема, сопровождаемых гиперссылками и т. п.

Во внешней форме реакций наблюдается и еще одна современная тенденция, связанная с процессами глобализации и выражающаяся в использовании в них английского языка, иногда в форме контаминации.

Мы полагаем, что исследование обсуждаемых выше процессов имеет свои перспективы в связи дальнейшим влиянием цифровой коммуникации на жизнь и деятельность, в том числе и речевую, всего современного социума.

ЛИТЕРАТУРА

1. Российская психолингвистика: итоги и перспективы (1966–2021): коллективная монография / Научн. ред.: И. А. Стернин, Н. В. Уфимцева, Е. Ю. Мягкова. Редколлегия: Е. Ф. Тарасов, В. А. Пищальникова, Н. П. Пешкова, И. В. Шапошникова. М. : Институт языкознания–ММА, 2021. 626 с.
2. Новиков А. И. Текст и его смысловые доминанты / Под ред. Н. В. Васильевой, Н. М. Нестеровой, Н. П. Пешковой. М. : Институт языкознания РАН, 2007. 224 с.