

Раздел I. ЯЗЫКОЗНАНИЕ, ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЕ

УДК 81'23

DOI: 10.15593/2224-9389/2020.1.1

Н.П. Пешкова, Д.Р. Гилязова

Получена: 02.02.2020

Принята: 06.03.2020

Башкирский государственный университет,
Уфа, Российская Федерация

Опубликована: 27.03.2020

АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В ПРОЦЕССАХ ВОСПРИЯТИЯ И ПОНИМАНИЯ ТЕКСТОВ МАСС-МЕДИА (НА МАТЕРИАЛЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ)

Представлены результаты экспериментального исследования, направленного на изучение новых тенденций в восприятии и понимании текста масс-медиа с конфликтогенным содержанием. Выбор текста масс-медиа в качестве материала исследования обусловлен тем, что данный вид интернет-коммуникации представляет собой один из наиболее популярных источников информации, интерпретирующий политическую, экономическую, культурную обстановку в мире доступным языком, понятным широкой аудитории разного возраста. Целью эксперимента, обсуждаемого в статье, является выявление особенностей воздействия конфликтогенного медиа-текста на реципиентов, представителей молодежного студенческого социума, участников экспериментального исследования. В работе используются известный метод «встречного текста» А.И. Новикова и экспериментальная методика контр-текста, адаптированная под новые условия современной информационной среды, а также модели поведения в конфликте Томаса–Килманна. В статье рассматриваются примеры контртекстов реципиентов на текст масс-медиа, используемый в эксперименте. Анализируются экспериментальные данные в форме индивидуальных вербальных реакций, составляющих контртексты испытуемых.

Сравнительный анализ и классификация полученных данных позволяют сделать выводы о тенденциях, присущих вербальному сознанию представителей молодежной среды, связанных с фрагментарностью восприятия информации в форме текста, отсутствием целостности ее восприятия и понимания.

Выявляются также и некоторые особенности поведенческих стратегий в условиях конфликтогенной вербальной коммуникации. Авторы приходят к заключению о том, что метод «встречного текста» позволяет прогнозировать степень потенциальной конфликтогенности участников вербальной коммуникации.

Ключевые слова: *конфликтогенный текст, восприятие, клиповое мышление, поколение зумеров, клиповое восприятие, смысл, смысловые доминанты, конфликтогенный, стратегии поведения, метод «встречного текста», конфликтогенная лексика.*

N.P. Peshkova, D.R. Gilyazova

Received: 02.02.2020

Accepted: 06.03.2020

Published: 27.03.2020

The Bashkir State University, Faculty of Roman
and German Philology, Foreign Languages
(Natural Science Faculties),
Ufa, Russian Federation

ANALYSIS OF SOME TRENDS IN THE PROCESS OF PERCEPTION AND COMPREHENSION OF MASS MEDIA TEXTS (BASED ON INTERNET COMMUNICATION)

The paper presents the results of experimental research aimed at studying new trends in the perception and understanding of a mass media text with conflict content. The choice of the mass media text as the research material is rooted in the fact that this type of Internet communication represents one of the most popular sources of information reflecting political, economic, cultural situation in the world in plain language that is easy-to-understand for a vast audience of different age. The purpose of the experiment discussed in the article is to identify characteristics of conflict impact of mass media text on the recipients, the representatives of the youth, participants in our scientific study. The authors apply the well-known method of A.I. Novikov's "counter-text" and an experimental method of the counter-text, adapted to the new conditions of the modern information environment, as well as the strategies of behaviour in conflict by Thomas-Kilmann. The paper presents examples of the counter-texts of the recipients of a mass media text. The experimental data in the form of individual verbal reactions that make up the counter-texts of the subjects are analysed.

A comparative analysis and classification of the obtained data allow drawing the conclusion concerning some trends typical of the verbal consciousness of the young generation, connected with fragmentary perception and absence of integrity in the processes of perception and comprehension of text information.

Some specific features of the behavioural strategies in terms of conflict-verbal communication are also revealed in the research. The authors come to the conclusion that the "counter-text" method makes possible forecasting the level of conflict potential of the verbal communication participants.

Keywords: *conflict text, perception, clip/mosaic thinking, generation of Zomers, mosaic perception, meaning, sense dominants, conflict, behaviour strategies, "counter-text" method, conflictogenic lexis.*

Вводные замечания

По данным исследователей интернет-среды, в современной России насчитывается около 110 миллионов интернет-пользователей, что соответствует 76 % населения страны [1]. При этом, по оценкам специалистов, подавляющее количество активных пользователей составляет молодёжь от 10 до 25 лет.

Как известно, появление всемирной паутины породило новый вид коммуникации, включающей способы общения, передающие по каналам Интернета информацию, в том числе и в форме текста. Одной из особенностей интернет-коммуникации является такое восприятие информации, в процессе которого параллельно или одновременно осуществляется продуцирование бесконечного множества «встречных текстов» [2, с. 57]. Специфика подобного процесса восприятия заключается в том, что интернет-текст порождает «встречные комментарии», часть которых, в свою очередь, сразу же становится новым объектом восприятия и стимулом для новых «встречных комментариев», и так, условно говоря, до бесконечности.

Глобальный поток информации претерпевает постоянные трансформации и обновления, и это порождает неизбежные изменения в процессах как порождения информации в форме разнообразных видов текстов, так и ее восприятия.

Как изменились медиатексты в связи с появлением новой структуры коммуникативного пространства – глобального Интернета?

Исследователи полагают, что современный интернет-текст, в силу широкой гаммы технических возможностей, по форме больше похож на сообщение глянцевого таблоида. Кроме того, вертикальная прокрутка, физиологические ограничения читателя и риск потери интереса заставляют максимально сокращать объём текстов, структурировать их содержание, включать яркие элементы и использовать эффектные заголовки.

В настоящем исследовании нас в большей степени интересуют новые тенденции в восприятии и понимании информации в форме текста, в том числе медийного. Какие изменения происходят во взаимодействии автора и адресата текста, и какие стратегии восприятия использует последний, находясь в современном информационном пространстве?

Здесь уместно будет вспомнить справедливое замечание А.И. Новикова о статическом и динамическом состояниях, присущих любому тексту. Первое – это текст как «некий результат, продукт речемыслительной деятельности», второе состояние текста связано с процессами «... его порождения, восприятия и понимания» [3, с. 27]. В последнем случае подразумевается и функционирование вербального сознания автора и адресата. В основе понимания А.И. Новиков видел категорию смысла как проекцию сознания реципиента на содержание воспринимаемого текста. Именно эта проекция вербального сознания адресата всегда выполняла определяющую роль в изучаемых нами процессах.

В связи с этим нельзя не упомянуть кратко о некоторых особенностях восприятия информации, присущих современному поколению молодых людей, составляющих нашу экспериментальную аудиторию.

Особой формой мышления и восприятия, по мнению многих современных учёных, является так называемое «клиповое мышление» (от английского слова ‘clip’ – ‘фрагмент’), то есть фрагментарное восприятие информации. По утверждению заведующего Лабораторией когнитивных исследований, профессора Т.В. Черниговской, у современного поколения молодых людей наблюдается «разорванное» восприятие информации [4].

Новое мышление, как считают многие исследователи, имеет как свои преимущества, так и недостатки. Главные преимущества носителей нового мышления – технологичность, многозадачность, стремление к саморазвитию и разнообразию. Главные же недостатки состоят в клиповости мышления и восприятия информации, неспособности концентрироваться на чём-то долго, отсутствии навыка живого общения, но есть подверженность манипуляции, порождающая склонность к конфликтности [5], [6], [7], [8], [9], [10].

Что касается новых форм презентации информации, отвечающих новым потребностям, исследователи отмечают появление успешного функционирования в СМИ и в Интернете клиповых текстовых структур. «Структуры такого рода с точки зрения лингвистики представляют собой поликодовый текст, сочетающий в себе – во всевозможных сочетаниях и вариациях – такие коды, как вербальный, аудио-, видеокоды» [11, с. 164]. Пресса, представленная в таких приложениях, как Twitter, наполняется короткими текстами, в которых авторы лишь очерчивают контуры проблем и снабжают их хештегами (метками) и ссылками.

Опасность тенденции доминирования подобных способов подачи и восприятия информации, по мнению исследователей, связана со снижением, прежде всего, способностей когнитивных, аналитических, понижением усвоения знаний, концентрации внимания, умений выделять главное и второстепенное, принимать решение на основе анализа [12]. При этом повышается порог чувствительности к переживаниям другого, снижается способность сопереживать и чувствовать [13].

Нужно сказать, отмеченные выше тенденции восприятия информации, присущие представителям нового поколения, наблюдаются и в нашей экспериментальной аудитории в различных вариантах, обуславливая тем самым *актуальность* исследований.

Обсуждение результатов исследования

Следует отметить, что наш эксперимент проводился в русле методологии психолингвистики текста. Предметом нашего научного интереса является область лингвистической конфликтологии. Мы ставили перед собой *цель* выявления особенностей воздействия конфликтогенного медиатекста на реципиентов, представителей молодежного студенческого социума, участников нашего экспериментального исследования.

Таким образом, *объектом* нашего экспериментального исследования стал конфликтогенный интернет-текст как составная часть конфликтного дискурса. *Предмет* исследования составили особенности восприятия такого рода медиатекста молодежной студенческой аудиторией в возрастном диапазоне от 17 до 20 лет.

В эксперименте приняли участие в качестве испытуемых 119 студентов естественно-научных факультетов Башкирского государственного университета.

В своём исследовании мы использовали *метод встречного текста* А.И. Новикова, который, как отмечалось выше, занимался вопросами понимания, восприятия и смысла текста [2003], [2007]. Ученый пришёл к выводу о том, что смысл находится не в тексте, а в сознании реципиента. Смысл, как правило, «приписывается» тексту и является проекцией сознания адресата на воспринимаемую информацию. Если содержание «извлекается», то автор-

ский смысл «извлекается» не всегда. Новые личностные смыслы «приписываются» индивидуальным сознанием реципиента [2007].

Одной из задач нашего эксперимента являлось уточнение модели понимания конфликтогенного медиатекста с опорой на выявленные механизмы его восприятия и интерпретации. Материалом для анализа стали индивидуальные реакции участников эксперимента, составляющие их «встречные тексты».

Эксперимент предполагал аудиторную индивидуальную работу, состоявшую из 2 этапов: от участников эксперимента требовалось прочесть текст и записать собственные вербальные реакции на каждое предложение текста, а затем после прочтения сформулировать общий смысл прочитанного.

В наши задачи также входили следующие:

- проанализировать исходный текст с точки зрения его лексики, структуры, приёмов подачи информации и наличия скрытого, имплицитного, смысла;
- проанализировать полученные «встречные тексты», или контр-тексты, реципиентов, используя классификацию составляющих их вербальных реакций, предложенную А.И. Новиковым, а также выявить возможные новые виды вербальных реакций;
- определить манипулятивные приемы, используемые автором текста, и проследить их влияние на сознание реципиентов на основе анализа их вербальных реакций.

В задачи также входило проведение сравнительного анализа полученных нами данных, а именно вербальных реакций наших испытуемых, с моделями поведения в конфликте, предлагаемыми К. Томасом и Р. Килманном. Нужно отметить, что наши испытуемые не проходили через тест-опросник, разработанный данным автором [14].

Вниманию испытуемых был предложен текст следующего содержания: *«Лидер рок-группы «Машина времени» Андрей Макаревич подвергся критике за намерение выступить в патриотическом концерте, который пройдёт у стен Кремля в День России, 12 июня. Музыканта обвинили в двуличии и меркантильности, а также напомнили о его отрицательном отношении к воссоединению Крыма с Россией. По мнению члена экспертного совета по развитию информационного общества и СМИ при Госдуме, блогера Вадима Манукяна, Андрей Макаревич из-за своей двойственной позиции «угодил в ловушку» и теперь живет по поговорке: «От ворон отстал, к павам не пристал». Реакция музыканта не заставила себя долго ждать. В Facebook он опубликовал пост, задав в нём риторический вопрос о том, откуда в людях столько «ненависти». Ранее же лидер группы «Машина времени» Андрей Макаревич высказался о низких интеллектуальных способностях современных людей. По его словам, 80 % населения Земли – идиоты. Надо это принять как данность. При этом музыкант заявил, что себя причисляет к оставшимся 20 %».*

Данный текст не содержит объективной стороны оскорбления, прямых обвинений и унижения чести и достоинства известного исполнителя. Информация, содержащаяся в тексте, передаёт сведения о событиях, разворачивающихся вокруг некогда популярного певца. Однако, демонстрируя неприязнь к субъекту речи с оттенком агрессивности, автор интернет-публикаций создаёт особую ситуацию конфликтности. Автор будто подчёркивает антагонизм: по одну сторону участие в патриотическом концерте, а по другую – отрицательное отношение рок-исполнителя к воссоединению Крыма с Россией. И эти вещи носят взаимоисключающий характер, хотя сам исполнитель, похоже, не замечает противоречия.

Журналист продолжает, цитируя редко используемую сегодня поговорку для того, чтобы подчеркнуть нелепость и неприемлемость сложившейся вокруг певца ситуации: «От ворон отстал, к павам не пристал», имплицитно предлагая ему определиться в вопросе патриотизма. У этой поговорки есть аналог на украинском языке: «Від поганих утік, гарних не [наз]догнав» (От уродливых убежал, а красивых не догнал).

Иными словами, автор иронично даёт понять, что А. Макаревич провинился и теперь он «свой среди чужих». Как известно, для обозначения оскорбительной речи, резкого выступления против кого-либо, чего-либо, используется термин «инвектива». Однако в нашем случае отсутствует прагматическая установка на оскорбление. Инвектива в анализируемом тексте выполняет эмоционально-экспрессивную функцию, выражая чувства автора.

В то же время нельзя не отметить, что автор, как будто отработывает заказ, технически перечисляет «провинности» А. Макаревича, используя для большей наглядности своего эмоционального безразличия, а, возможно, и демонстрируя тем самым отсутствие сочувствия и интереса, речевые штампы или канцеляризм: подвергся критике, обвинили в двуличии и меркантильности, оказался в двойственной позиции, «угодил в ловушку».

В стилистическом плане употребление данных выражений ведёт к тому, что текст лишается эмоциональной окраски и искренности. Автор усиливает отрицательное впечатление, используя приём «снежного кома», когда информация выдаётся поэтапно и по нарастанию, неизбежно вызывая в финале негативную реакцию реципиента. И отсылка к мнению авторитета, в данном случае к мнению члена экспертного совета и блогера (!), должна окончательно убедить всех в верности выводов автора, а заодно и подкупить расположение представителей молодёжного социума.

Наконец, он напоминает ещё об одном неоднозначном и резонансном и подлинно конфликтогенном высказывании А. Макаревича, которое касается ВСЕХ жителей Земли и вряд ли может оставить кого-либо равнодушным, доводя читателя до точки кипения, то есть налицо такое изложение фактов, которое не должно оставить читателя нейтральным.

В процессе экспериментального исследования нами было получено 1071 контртекстов от испытуемых реципиентов. В процессе обработки экспериментальных данных мы провели количественный и качественный анализ полученных реакций. В результате качественного анализа было выявлено 19 типов реакций, в результате количественного анализа – их процентное соотношение.

Эти типы реакций следующие: мнение+оценка, мнение, оценка, оценка+предположение, ориентировка+оценка, ориентировка, констатация+оценка, генерализация+оценка, вывод+оценка, вывод, мнение+вывод, визуализация-предположение, генерализация, генерализация+предположение, мнение+констатация, предположение, ассоциация, визуализация и перефразирование. Как видно по результатам эксперимента, выявлены главным образом реакции компликативного типа, то есть содержащие в себе комбинацию разных типов реакций. Данный тип реакции впервые был описан в исследовании И.В. Кирсановой [15, с. 88].

Как известно, А.И. Новиков сгруппировал типы реакций по 2 категориям, часть он назвал содержательными (перевод, перефразирование, вывод, предположение, ассоциация, ориентировка, прогноз), а все остальные, выражающие отношение реципиента к воспринимаемым предложениям, – релятивными, или смысловыми [16, с. 69] Последние участвуют в создании определённого эмоционально-аксиологического поля, определённых интенций и установок. В нашем эксперименте релятивных реакций, которые содержат оценочные суждения, личное мнение и эмоциональные переживания, оказалось больше, так как текст затронул эмоции и вызвал эмоциональную реакцию у подавляющего большинства реципиентов. Их количество составило 58,9 %, тогда как содержательных оказалось 41,1 %.

Как видно из таблицы, среди доминирующих релятивных реакций реципиентов находится «оценка», а также оценка в составе других реакций. Наименее встречающимся является вид реакции «визуализация», единичны случаи употребления реакции «констатация».

Что касается содержательных видов, то здесь преобладает «вывод», тогда как «прогноз» и «ассоциация» наименее употребимы.

Преобладание релятивных реакций мы можем объяснить тем, что медиатекст по своим характеристикам не относится к «неэмоциональным» и «объективным» типам речевых произведений. Ему в большой степени присуща характеристика субъективной модальности. Приведённый выше текст имеет элементы оценочности и инвективной экспрессивности.

В.И. Шаховский в своих исследованиях эмоций человека констатирует тот факт, что во многих случаях любое слово может стать эмоционально окрашенным. Эмотивная коннотация создается путем «актуализации скрытых, вероятностных сем эмотивности, их семантических признаков или семных

конкретизаторов, потенциально закодированных и свёрнутых в семантические слова, или за счёт наведения сем эмотивности из консоциации на семантику нейтрального слова» [17, с. 39] Это утверждение, по нашему убеждению, можно отнести к любому медиатексту.

Виды вербальных реакций испытуемых

Категории	Реакции, полученные в ходе эксперимента	Кол-во	%
Релятивные	Оценка	245	22,8
	Оценка (в том числе и в составе других реакций)	117	10,9
	Мнение+оценка	86	8
	Мнение	60	5,6
	Констатация	5	0,4
	Генерализация	44	4
	Визуализация	28	2,6
	Комплективная реакция	50	4,6
	Всего релятивных реакций:	635	58,9
Содержательные	Вывод	112	10,4
	Предположение	76	7
	Перефразирование	51	4,7
	Ассоциация	36	3,3
	Перевод	38	3,4
	Ориентировка	97	9
	Прогноз	36	3,3
	Всего содержательных реакций:	446	41,1
	Итого всех реакций:	1071	100

Эмоции читателя, как пишет И.В. Кирсанова, это субъективные психологические состояния, которые находят своё отражение в деятельности любого индивида, в том числе в процессе восприятия текстовой информации [15, с. 85]. Мы имеем в виду, что эмоциональная реакция является ответом на любого рода информацию. Причём замечено, что реципиент выдает реакцию не на целое предложение, а на выделяемые его сознанием смысловые аспекты, или смысловые доминанты, в терминологии А.И. Новикова, то есть определённые стимулы, вызывающие разнообразные по характеру реакции.

В нашем эксперименте испытуемых не оставило равнодушным последнее высказывание А. Макаревича о населении Земли. Среди участников эксперимента 50,7 % остро восприняли информацию и продемонстрировали эмоциональную реакцию на нее. Рассмотрим некоторые примеры:

1) *На счёт того, что «80 % людей – идиоты», он не вправе унижать людей, он просто зазвездился от славы (мнение+оценка).*

2) *Позабавил момент, где Макаревич причисляет себя к 20 % «не идиотов», при этом пытаясь усидеть на 2 стульях (мнение+оценка).*

3) Он считает большинство людей «идиотами»? 80 %! Это показывает его незначительный интеллект (ориентировка+оценка).

4) Всё, что возникает в голове, – это запутанность в этой ситуации. Человек, приписывающий себя к неким 20 % умных людей, не станет так переобуваться, подвергая себя критике, называя других идиотами – ты сам им становишься! (визуализация+генерализация).

5) Он причислил себя к оставшимся 20 % «умников», что уже говорит о его глупости (констатация+оценка).

Безусловно, на понимание повлияли не только содержание самого текста как такового, но и индивидуальный опыт реципиентов, разная степень мотивации к прочтению и проникновению в смысл текста, интеллектуальные и психологические особенности адресатов, их темперамент и степень эмоциональности. Таким образом, можно сделать вывод о том, что эмоциональные, мотивационные и стимулирующие факторы влияют на способность проникнуть в смысл прочитанного, осмыслить текст в целом.

С точки зрения психологии эмоции, присутствующие в оценке реципиента, участвуют в каждом интеллектуальном процессе. Эмоциональность есть важная характеристика человеческого восприятия – каждый из нас, выражая мнение вербально, придаёт ту или иную окраску своему высказыванию, одевая эмоции в слова.

Как мы писали выше, согласно итогам эксперимента подавляющее большинство реакций содержит эмоциональный и оценочный компоненты. Самыми многочисленными во «встречных» текстах стали реакции «оценка» и «мнение», они и представляют для нас особый интерес как с точки зрения их участия в процессах восприятия и понимания, так и выражения отношения к прочитанному.

Реакции, содержащие оценку и мнение, составляют в совокупности 30,8 % от общего числа релятивных реакций. Мнение, будучи личным отношением к тому, что сказано в предложении, в ряде примеров дополнялось оценкой того, что сказано.

Приведём пример реакций на самое конфликтное предложение: «По его словам, 80 % населения Земли – идиоты».

- Я считаю, что Макаревич неправ и имеет завышенное самомнение.
- Поведение Макаревича аморально!
- Забавно! Вот тебе нате...

Последняя фраза, как известно, используется в просторечной лексике для выражения удивления, осуждения.

Приведённые примеры контртекстов студентов свидетельствуют о том, что «мнение» часто сопровождается «оценкой», так как обе эти реакции бывает трудно отделить друг от друга ввиду их тесного взаимодействия. Что же понимается под этими вербальными реакциями?

«Мнение» есть суждение, точка зрения или заявление на тему, в которой невозможно достичь полной объективности, основанное на интерпретации фактов и эмоциональном отношении к ним [18].

Под «оценкой» понимается суждение о качестве, достоинстве, значении и т. п. кого-, чего-л. [Там же].

Иными словами, эти понятия используются бок о бок, поскольку практически невозможно высказать мнение о прочитанном, не произведя оценку.

Оценка в данном случае носила, как правило, отрицательное отношение реципиентов к Макаревичу за его высказывание о количестве идиотов, населяющих Землю.

Это доказывают лексические выражения, которые использовали студенты в адрес А. Макаревича и его высказываний:

*«считать себя за умного – я считаю это бред»,
«он, как и все 80 %, – идиот»,
«высокомерен»,
«обижен на весь мир»,
«самовлюблённый»,
«это свидетельствует о его незначительном интеллекте»,
«слишком груб»,
«имеет завышенное самомнение»,
«завездился от славы»,
«вызывает много агрессии в ответ»,
«он использует чёрный пиар»,
«это из-за его самовлюблённости»,
«человек низкого склада ума»,
«сам остался идиотом»,
«двуличие вызвало у людей ненависть»,
«это уже говорит о его глупости»,
«у него биполярное расстройство» ...*

Однако некоторые респонденты дали положительную оценку этому высказыванию:

– *«Согласна, что 80 % населения Земли – идиоты, и это надо принять как данность. Здесь всё верно!»* (констатация+оценка).

– *«Я согласен с Макаревичем, на свете всё меньше образованных людей. А жаль!»* (констатация+оценка).

На «оценку», то есть на положительное или отрицательное отношение к информации, влияет не только информация, извлекаемая из текста, но и настроение реципиента. В свою очередь, важнейшую роль в проникновении в смысл воспринимаемого текста играют эмоции как на этапе восприятия, так и на этапе реализации возникших эмоций в виде оценок, мнений и оценочных мнений.

В нашем эксперименте ввиду того, что предъявленный для прочтения текст содержал конфликтогенные утверждения, содержание «контртекстов» было сдержанно-эмоциональным. И эмоциональность передаётся большим разнообразием языковых средств разных уровней.

Эмоциональными были и такие виды реакций, как «прогнозирование», «вывод», «визуализация» и «компликативная» реакция.

Компликативная, или сложная реакция, состоит из нескольких связанных между собой типов реакций. Иногда она свидетельствует о нелинейном характере мыслительной деятельности. В качестве такого примера компликативной реакции можно привести следующую реакцию:

«Не согласен с мнением музыканта. Действительно, идиотов в мире много, но не 80 %. Не идиотов мы просто не замечаем, но их тоже много. С одной стороны, следует обдумать, что говоришь... С другой – запрещать человеку выступать тоже нельзя».

В этом «встречном тексте» заметны колебания реципиента, который сначала констатирует несогласие, затем высказывает своё мнение к весьма спорному утверждению А. Макаревича, а в конце делает выводы. Такой тип реакции встречается тем чаще, чем более эмоциональным является отклик реципиента, когда верх одерживают эмоции, а не разум.

Используя классификацию стратегий поведения в конфликтной ситуации К. Томаса и Р. Килманна [14], мы сгруппировали все полученные нами реакции испытуемых на конфликтогенные высказывания А. Макаревича и получили следующие результаты:

31,9 % респондентов отнеслись к содержанию текста нейтрально, то есть придерживались так называемой стратегии *уклонения*. Например:

«Я не слежу за новостями. Поэтому не могу критиковать кого-то, не зная ситуацию».

34,4 % студентов были сдержанны в своих высказываниях и использовали стратегию *уступки*. Например:

«Я считаю, что каждый имеет право на своё мнение, пусть это будет даже двуличной позицией. Кто мы такие, чтобы судить?»

12,6 % выдали вербальные высказывания, которые можно отнести к стратегии *конфронтации*. Их примером служат следующие:

«Насчёт того, что 80 % населения Земли – «идиоты», он не в праве унижать людей, он просто зазвездился от славы!».

Склонность к *компромиссу* в речевом взаимодействии продемонстрировали 15,1 % человек.

Например: *«Макаревич собирается выступить на патриотическом концерте со своей рок-группой. Из-за того, что его подвергают критике, он, видимо, озлобился, и из-за этого высказал подобное мнение».*

5,8 % респондентов готовы использовать стратегию *сотрудничества*: *«Ребята, все мы бываем резки и неправы. Давайте мыслить позитивно!».*

По результатам эксперимента, на основе анализа текста-стимула, мы можем утверждать, что автор текста сам обладает своего рода клиповым мышлением. Приведем некоторые аргументы в пользу своего утверждения.

Информация в его тексте предьявлена разрозненными кусками, не связанными между собой стилистически. Проанализировав выше лексический материал текста, мы пришли к выводу, что на лексико-семантическом уровне автор использует языковые средства, которые ведут к снижению стиля и снижению образа предмета статьи. Кроме того, автор намеренно использует множество речевых штампов-канцеляризмов, вставляя их, чтобы продемонстрировать своё равнодушие и полное отсутствие сочувствия к объекту повествования.

Мы также усматриваем в тексте скрытую, имплицитную цель автора, которую почувствовали лишь 10 % участников исследования, 6 % отнесли к содержанию текста индифферентно, сославшись на то, что эта тема их не интересует вообще, остальные 84 % реципиентов стали жертвой манипуляций автора статьи, который добился своей цели – провоцирования достаточно острой ответной негативной реакции по отношению к высказываниям А. Макаревича.

По результатам эксперимента мы выяснили, что во «встречных текстах» преобладают релятивные реакции, то есть прослеживается современная тенденция обращать больше внимания на эмоциональную составляющую текста, чем на содержательную. Это свидетельствует об эмоциональном «голоде» современной молодёжи и о достаточно поверхностном восприятии информации.

Можно сравнить эти данные с результатами исследования А.И. Новикова, осуществленного в конце 90-х – начале 2000-х. В одном из экспериментов А.И. Новиков использовал художественный текст в качестве объекта понимания, и по результатам его исследований молодёжная аудитория того времени выдала лишь 38,6 % релятивных типов реакций, тогда как в нашем случае их было 58,9 %.

Мы можем сделать выводы о том, что число респондентов, выбирающих пассивный стиль реакции (уклонение или избегание), среди молодёжи становится всё выше, что может свидетельствовать о незрелости респондентов и косвенно о клиповости мышления, нежелании сосредоточиться на предьявляемой для восприятия информации.

Достаточно большое число реципиентов выбрали стратегию *уступки*, что зачастую выдаёт либо неуверенность в себе, либо нежелание показаться плохим. Количество молодых людей, высказавшихся крайне негативно к информации текста, составило 12,6 % человек. Это свидетельствует о неконфликтности молодёжной среды нашего региона в целом. К компромиссу в общении склонны 15,1 % человек. Это можно считать наилучшей стратеги-

ей, однако при компромиссе интересы каждой из сторон учитываются частично, и поэтому со временем высока вероятность возникновения внутренней агрессии. *Сотрудничество* – трудно достижимая стратегия, однако её готовы избрать 5,8 % респондентов.

Выводы

В заключение хотелось бы отметить следующее. Полученные экспериментальным путем данные позволили осуществить намеченную в настоящем исследовании задачу уточнения модели восприятия и понимания медиатекста конфликтного характера. Изучение всех реакций участников эксперимента показало, что каждый из испытуемых в процессе восприятия прежде всего выделял определенный фрагмент информации текста, эмоционально реагируя на отдельные слова и выражения. Именно это и стало для них смыслом прочитанного. Немногие испытуемые продемонстрировали целостное видение содержания и смогли сформулировать общий смысл прочитанного. Очень немногие испытуемые также могли предложить какую-либо аргументацию своих мнений и оценок.

Наши данные подтверждают, что фрагментарное восприятие информации испытуемыми, характерное для «клипового» мышления и, как можно предположить, для соответствующей организации структуры их вербального сознания, создает трудности как для целостного восприятия содержания, так и для постижения общего смысла текста. В основе понимания любого текста, как мы полагаем, лежит универсальная категория смысла как проекция сознания реципиента на содержание сообщения.

В настоящий период времени, по мнению многих исследователей, в вербальном сознании представителей молодежной аудитории, каковыми являлись и наши испытуемые, наблюдаются изменения, связанные с реформатированием структуры сознания, о чем мы упоминали выше. Это изменения такого рода, в результате которых исследователь может наблюдать и регистрировать лишь фрагментарное проецирование отдельных смыслов вербального сознания испытуемых, адресатов информации, на воспринимаемый текст. При этом возможность регистрации целостного восприятия испытуемого становится недоступной для экспериментатора-исследователя. Можно предположить, что в этом случае отсутствует сам объект нашего изучения, а именно само целостное восприятие информации вербальным сознанием реципиента, полностью замененное упрощенной клиповой структурой.

Здесь уместно вспомнить об упоминаемом выше исследовании Т.В. Черниговской. Эксперт указывает на необходимость конвергентного образования, «образования понимания». В образовательном процессе, по ее мнению, необходимо воспитывать способность к постоянным переменам и формировать навыки верификации информации. Наши эксперименты, пе-

рекликаясь с предшествующими данными, подтверждают необходимость принимать во внимание всю специфику новых тенденций восприятия в образовательной деятельности. «Очень важно обучение способности учиться и противостоять стрессу, а также формирование способности жить в цифровом мире и сохранять человечность» [4].

Как показывают примеры реакций испытуемых, их контртекстов, наш экспериментальный материал позволяет не только выявлять новые стратегии восприятия и интерпретации текстовой информации, но и вполне достоверно прогнозировать потенциальные стратегии поведения наших испытуемых в ситуации конфликта как вербального, так и невербального. Эта возможность прогнозирования степени конфликтогенности участников коммуникации является еще одним результатом нашего исследования.

Таковы предварительные выводы представленного в настоящей статье исследования особенностей и тенденций восприятия и понимания текста в новых условиях информационной среды. Полученные экспериментальные данные, безусловно, требуют дополнительного осмысления и имеют перспективы в связи с дальнейшим изучением всех изменений современного информационного и образовательного пространства.

Список литературы

1. Statistical data on the use of the Internet in Russia and the world. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (дата обращения: 20.01.2020).
2. Пешкова Н.П. Особенности восприятия информации в форме текста в новых условиях (из опыта экспериментальных исследований) // Вестник МГОУ. Сер.: Лингвистика. – 2018. – № 5. – С. 54–60.
3. Новиков А.И. Текст и его смысловые доминанты. – М.: Азбуковник, 2007. – 224 с.
4. Интервью с Черниговской Т.В. (РАНХиГС) [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/tatyana-chernigovskaya-v-cifrovom-mire-nuzhno-sohranyat-chelovechnost> (дата обращения: 12.01.2020).
5. Тоффлер Элвин. Глава 4: Разрушение кода // Третья волна. – М.: АСТ, 2004. – 781 с.
6. Моль Абраам Социодинамика культуры: пер. с фр. / предисл. Б.В. Бирюкова. – 3-е изд. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 416 с.
7. Гиренок Ф.И. Клиповое сознание: клипы в науке, клипы в философии, клипы в политике, клипы в искусстве, клипы в образовании, неклиповое. – М.: Проспект, 2016. – 256 с.
8. Интервью с докт. психол. наук Р. Грановской «Люди с клиповым мышлением элитой не станут» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rosbalt.ru/piter/2015/03/28/1382125.html> (дата обращения: 19.01.2020).
9. Рубченко М. Они разрушат этот мир: пугающее поколение Z [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20200107/1562255259.html> (дата обращения: 20.01.2020).

10. Гилязова Д.Р. Клиповое восприятие информации как объект исследования психолингвистики // Теория речевой деятельности: вызовы современности / Институт языкознания Рос. акад. наук; Рос. ун-т дружбы народов. – М., 2019. – С. 252–253.
11. Титлова А.С. Процесс восприятия клиповой текстовой структуры: *tos and pros*. // Языковые единицы в свете современных научных парадигм: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участ. / отв. ред. Р.А. Газизов. – М., 2018. – С. 161–166.
12. Пудалов А.Д. Клиповое мышление – современный подход к познанию // Сб. науч. трудов Ангарск. гос. техн. ун-та. – 2011. – С. 229–233.
13. Кожокарь Д.А. Клиповое мышление как феномен современности и его влияние на восприятие радионовостей // Наука и образование сегодня. – 2016. – № 6 (7). – С. 98–101.
14. Thomas Kilmann Conflict Mode Instrument [Электронный ресурс]. – URL: https://ap.themyersbriggs.com/content/Research%20and%20White%20Papers/TKI/TKI_Int1_Tech_Brief.pdf (дата обращения: 15.01.2020).
15. Кирсанова И.В. «Эмоциональная составляющая «контртекста» как элемент смыслообразования в теории текста и смысла» // Вопросы психолингвистики. – 2014. – № 22. – С. 81–93.
16. Новиков А.И. Текст и «контртекст»: две стороны процесса понимания // Вопросы психолингвистики. Текст: восприятие, понимание, интерпретация. – М., 2003. – № 1. – С. 64–76.
17. Шаховский В.И. Эмоции как объект исследования в лингвистике // Вопросы психолингвистики. – 2009. – № 9. – С. 29–43.
18. Словарь русского языка: в 4 т. [Электронный ресурс] / под ред. А.П. Евгеньевой; РАН, Ин-т лингвистич. исследований. – 4-е изд., стер. – М.: Рус. язык: Полиграфресурсы, 1999. – URL: <https://azbyka.ru/otechnik/Spravochniki/slovar-russkogo-azyka-v-4-tomah-malyj-akademicheskij-slovar> (дата обращения: 18.01.2020).

References

1. Statistical data on the use of the Internet in Russia and the world. Available at: <https://www.web-canape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii/> (accessed 20 January 2020).
2. Peshkova N.P. Osobennosti vospriiatiia informatsii v forme teksta v novykh usloviakh (iz opyta eksperimental'nykh issledovani) Specific features of perceiving information in the text form under new conditions (results of some experimental research). *Vestnik MGOU. Lingvistika*, 2018, no. 5, pp. 54–60.
3. Novikov A.I. Tekst i ego smyslovye dominanty [Text and its sense dominants]. Moscow, Azbukovnik, 2007, 224 p.
4. Interv'iu s Chernigovskoi T.V. (RANKhiGS) [Interview with Chernigovskaya T.V. (RANKhiGS)]. Available at: <https://www.ranepa.ru/sobytiya/novosti/tatyana-chernigovskaya-v-cifrovom-mire-nuzhno-sohranyat-chelovechnost> (accessed 12 January 2020).
5. Toffler A. The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow (Russ. ed.: Toffler Elvin. *Tret'ia volna*. Moscow, AST, 2004, 781 p.).
6. Moles Abraham. Sociodynamique de la culture, Paris, Mouton, 1973 (Russ. ed.: Mol' Abraam. *Sotsiodinamika kul'tury*. 3rd ed. Moscow, LKI, 2008, 416 p.).

7. Girenok F.I. Klipovoe soznanie: klipy v nauke, klipy v filosofii, klipy v politike, klipy v iskusstve, klipy v obrazovanii, neklipovoe [Clip-thinking: clips in science, philosophy, politics, art, education]. Moscow, Prospekt, 2016, 256 p.

8. Interv'iu s dokt. psikhol. nauk R. Granovskoi «Liudi s klipovym myshleniem elitoidi ne stanut» [People with clip thinking won't become elite. Interview with Prof. R. Granovskaya]. Available at: <https://www.rosbalt.ru/piter/2015/03/28/1382125.html> (accessed 19 January 2020).

9. Rubchenko M. Oni razrushat etot mir: pugaiushchee pokolenie Z [They will destroy this world: Intimidating Generation Z]. Available at: <https://ria.ru/20200107/1562255259.html> (accessed 20 January 2020).

10. Giliazova D.R. Klipovoe vospriiatie informatsii kak ob'ekt issledovaniia psikholingvistiki [Clip-thinking as the object of investigation in psycholinguistics]. *Teoriia rechevoi deiatel'nosti: vyzovy sovremennosti*. Moscow, Institute of Linguistics, RAS, People's Friendship University of Russia. Moscow, 2019, pp. 252–253.

11. Titlova A.S. Protsess vospriatiia klipovoi tekstovoi struktury : tos and pros [Process of perception of clip textual structures]. *Iazykovye edinit'sy v svete sovremennykh nauchnykh paradigm*. Proceedings of IV All-Russ. Sci.-Pract. Conf. Ed. R.A. Gazizov. Moscow, 2018, pp. 161–166.

12. Pudalov A.D. Klipovoe myshlenie – sovremennyi podkhod k poznaniu Clip thinking as a modern approach to cognition]. Collected research papers. Angarsk State Technical University, 2011, pp. 229–233.

13. Kozhokar' D.A. Klipovoe myshlenie kak fenomen sovremennosti i ego vliianie na vospriatie radionovosti [Clip thinking as a contemporary phenomenon and its influence on the perception of radio news. *Nauka i obrazovanie segodnia*, 2016, no. № 6 (7), pp. 98–101.

14. Thomas Kilmann Conflict Mode Instrument. Available at: https://ap.themyers-briggs.com/content/Research%20and%20White%20Papers/TKI/TKI_Intl_Tech_Brief.pdf (accessed 15 January 2020).

15. Kirsanova I.V. Emotsional'naia sostavliaiushchaia «kontrteksta» kak element smysloobrazovaniia v teorii teksta i smysla [Emotional constituent of the “counter-text” as a meaning producing element in text and meaning theory]. *Voprosy psikholingvistiki*, 2014, no. 22, pp. 81–93.

16. Novikov A.I. Tekst i «kontrtekst»: dve storony protsessa ponimaniia [Text and “counter-text”: two aspects of comprehension process]. *Voprosy psikholingvistiki. Tekst: vospriatie, ponimanie, interpretatsiia*, 2003, no. 1, pp. 64–76.

17. Shakhovskii V.I. Emotsii kak ob'ekt issledovaniia v lingvistike [Emotions as an object of psycholinguistic study]. *Voprosy psikholingvistiki*, 2009, no. 9, pp. 29–43.

18. Slovar' russkogo iazyka [Russian dictionary]. 4 vol. Ed. A.P. Evgen'eva; RAS, Institute of Linguistics. 4th ed. Moscow, Russky Iazyk, Poligrafresursy, 1999. Available at: <https://azbyka.ru/otechnik/Spravochniki/slovar-russkogo-jazyka-v-4-tomah-malyj-akademicheskij-slovar> (accessed 18 January 2020).

Сведения об авторах

ПЕШКОВА Наталья Петровна

e-mail: *peshkovanp@rambler.ru*

Доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой иностранных языков естественных факультетов факультета романо-германской филологии, Башкирский государственный университет (Уфа, Российская Федерация)

ГИЛЯЗОВА Диляра Рифовна

e-mail: *dika_ya@rambler.ru*

Старший преподаватель кафедры иностранных языков естественных факультетов факультета романо-германской филологии, Башкирский государственный университет (Уфа, Российская Федерация)

About the authors

Natalya P. PESHKOVA

e-mail: *peshkovanp@rambler.ru*

Doctor of Philology, Professor, Head of the Foreign Languages Department (Natural Science Faculties), Faculty of Roman and German Philology, Bashkir State University (Ufa, Russian Federation)

Dilyara R. GILYAZOVA

e-mail: *dika_ya@rambler.ru*

Senior Lecturer, the Foreign Languages Department (Natural Science Faculties), Faculty of Roman and German Philology, Bashkir State University (Ufa, Russian Federation)