

Механизмы восприятия информации

А. Н. Плющ

plyushch11@mail.ru

Институт социальной и политической психологии НАПН Украины (Киев)

Между субъектом и «объективным» миром имеется посредник – дискурс субъекта, усвоенный в ходе социализации. Под дискурсом понимается отложившийся и закрепившийся в языке способ упорядочения действительности, способ видения мира, реализуемый в самых разнообразных (не только вербальных) практиках. Дискурс может быть ментальным инструментом различной сложности, позволяющим (ре)конструировать социальную реальность и осуществлять управление жизнедеятельностью субъекта в этом мире.

Восприятие информации может быть рассмотрено как процесс, протекающий в трех измерениях (физическое, социальное, ментальное) внутреннего мира потребителя информации: прочтение изолированного текста, являющееся частью социального взаимодействия субъектов (потребителя и автора информации), приводящее к изменению дискурса потребителя. В социальных коммуникациях человек воспроизводит собственный дискурс, на основе его реконструирует дискурс другого субъекта, и как результат конструирует обновленный дискурс. Информация рассматривается как артикулированный фрагмент дискурса автора, и в рамках предложенного тринитарного подхода (мир, субъект, дискурс) она разворачивается в трех измерениях, как последовательность физических *знаков*, имеющая субъективный *смысл* в рамках поставленных *целей* автора.

Соответственно, для каждого измерения информации существует собственный механизм восприятия. В физическом измерении – это распознавание, когда читатель, используя тот же «язык», что и автор, распознает знаки, уже знакомые ему. В социальном измерении, в связи с тем, что различные субъекты могут вносить свои интерпретации информации, механизм восприятия информации – понимание другого субъекта (понимание смысла информации, заложенного другим субъектом). Понимание смысла информации предполагает, что ее получатель достаточно социализирован, чтобы иметь представление о возможности множественных трактовок знаковых текстов. В ментальном измерении основной механизм восприятия информации – это антиципация, поскольку потребитель информации должен реконструировать возможные цели автора информации, которые проявляются не столько в знаках текста, сколько в способах их использования.

Под психологическими механизмами понимаются психические действия, осуществление которых приводит к необходимым результатам. Механизмы могут быть рассмотрены как общие принципы реализации психических действий, как элементарные психологические «сервомеханизмы» (психические действия), служащие материалом для создания более сложных механизмов, как составленной субъектом сложноорганизованной структуры психических действий.

Предложенные базовые механизмы восприятия, в свою очередь, можно анализировать сквозь призму предложенного способа анализа. Распознавание знаков на основе имеющегося дискурса рассматривается как триединый процесс распознавания их частей, контекста, целого. Оно включает в себя последовательность операций: распознавание частей знака, понимание их связей в различных контекстах, наделение знака значением (антиципация предназначения знака как целостности).

Понимание смыслов представляет собой процесс смыслообразования, который включает в себя а) актуализацию сети понятий текстовых единиц анализа, б) выявление семантических связей (локальной связности) в тексте путем конструирования контекстов, в) реконструкцию целостного семантического пространства, позволяющего осуществить понимание смыслов текста [Потапова, 2005]. Смыслообразование включает в себя – распознавание смысловых единиц текста, дифференциацию текста на

части, которая приводит к пониманию смысла этих единиц и частей текста, антиципацию смыслов текста.

Рассматривая восприятие информации как «текст в тексте» – интерпретация знакового текста в социальном тексте (взаимодействия субъектов) – приходим к тому, что прочтение текста, понимание его смыслов позволяет прогнозировать цели автора. Понимание смысла текста подразумевает распознавание позиции автора текста в социальном пространстве. Конструирование социальных контекстов коммуникации приводит к пониманию множества возможных позиций интерпретатора, а, значит, и к пониманию множественности возможных трактовок смысла текста. Понимание выбора автором текста позиции в социальном пространстве позволяет предполагать цели автора, исходя из социального опыта потребителя информации.

Организация психологических механизмов восприятия информации воспроизводит универсальную модель развития психологического знания: синкрет – дифференциация – синтез (интеграция на основе повышенной сложности) [Гусельцева, 2013]. В ходе восприятия информации потребитель выделяет структурные элементы текста, реконструирует смыслы текста на основе возможных множественных трактовок элементов, предполагает цели автора, анализируя способы конструирования знакового текста.

Социальный текст (взаимодействие субъектов), в свою очередь, можно рассматривать как часть дискурсивного текста, как отображение жизнедеятельности субъекта в его внутреннем мире. Антиципация потребителем целей применения информации для совершенствования собственного дискурса подразумевает распознавание собственного дискурса, который используется для понимания дискурса другого субъекта. Как следствие – антиципация ценности совместного дискурса, ценности получаемой информации, которая обуславливает процесс восприятия информации. Получается ситуация как в народной сказке: «пойди туда – не знаю куда, найди то – не знаю что». Хотя в отдельных случаях ценность получаемой информации может быть задана заранее, но в ходе восприятия приходится доопределять ценность фрагментов дискурса автора информации. Это позволяет потребителю в случае необходимости произвести их конвертацию в существующую организацию собственного дискурса. В такой трактовке восприятие информации предстает как процесс самоорганизации потребителя, позволяющий совершенствовать его дискурс. В ходе восприятия дискурс получателя информации не остается неизменным, что может запускать циклические процессы восприятия, снова и снова реконструируя дискурс автора информации.

Восприятие информации рассмотрено как часть коммуникации с ее автором, в ходе которой осуществляется реконструкция дискурса потребителя, подчиненная предвосхищению потребителем ценности реконструируемого дискурса. Механизмы восприятия информации, психические действия потребителя информации, развертываются в трех измерениях его внутреннего мира. Субъект распознает знаки, которые составляют материальную ткань текста. В ходе коммуникации с автором информации происходит понимание заложенных им смыслов, путем реконструкции контекстов текста. В ментальном измерении восприятие информации обусловлено качеством рефлексивных процессов, позволяющих предвидеть цели ее применения, которые могут изменяться в ходе самого процесса восприятия. Результатирующим аспектом восприятия информации становится совершенствование дискурса потребителя. Это дает ему возможность строить все более сложноорганизованную модель мира, позволяющую понимать других субъектов и организовывать с ними совместную жизнедеятельность.

Гусельцева М.С. Типы рациональности как основание для периодизации психологического знания. // Вопросы психологии. 2013. № 4. С. 3-16.

Потапова Р.К. Новые информационные технологии и лингвистика. М.: Эдиториал УРСС, 2005.