

© 1995 Т. Я. АНДРЮЩЕНКО

ПОНИМАНИЕ ТЕКСТА В ОБЩЕНИИ

В статье рассматривается один из факторов, влияющих на понимание речевого сообщения, а именно, знание реципиента о том, что это сообщение при необходимости будет воспроизводиться им совместно с другим реципиентом. Выводы автора строятся на результатах психолингвистического эксперимента, моделирующего различные ситуации восприятия и воспроизведения текста.

The paper deals with one of the factors which influence comprehension of speech communication, namely an instance when the recipient is aware of the fact that this communication will, if necessary, be reproduced by him together with the other recipient. The author relies in his conclusions on the results obtained from a psycholinguistics experiment which simulates various situations in perceiving and reproducing texts.

Коммуникативная ситуация — один из факторов, влияющих на процесс смыслового восприятия речевого сообщения, — может рассматриваться в различных аспектах, число и значимость которых определяется исследователями соответственно поставленным задачам (см. [1—3]). Далее будет рассмотрен один из таких аспектов — оппозиция «одиначный реципиент/общающиеся реципиенты».

Коммуникативный акт реализуется зачастую в ситуации, когда информация предназначена не для отдельного индивида, а для некоторой совокупности индивидов (аудитории), каждый из которых имеет потенциальную возможность дальнейшей переработки этой информации в общении друг с другом. В этом случае процесс переработки информации осуществляется в ходе первичного (коммуникатор — реципиент) и вторичного коммуникативного акта (реципиент — реципиент). Последний может повторяться многократно при условии смены одного из партнеров по коммуникации. Результат осмысления в ходе вторичного коммуникативного акта с большой вероятностью будет отличаться от первичного осмысления. Причины этого — различие без знания реципиентов, свойств памяти, мышления, внимания, а также межличностные отношения. Связь между первичным и вторичным коммуникативным актом существует, предположительно, еще до наступления вторичного коммуникативного акта. Например, когда реципиент воспринимает речевое сообщение, которое является подтверждением или опровержением какого-либо тезиса, выдвинутого его потенциальным партнером.

Индивидуальность или общность восприятия речевого сообщения определяется не физической разобщенностью или общностью аудитории, а направленностью речевого сообщения на одиночного или общающихся реципиентов: процесс осмысления сугубо личного письма или телетекста зависит от знания того, возможен или нет вторичный акт коммуникации. Очевидно, что большинство сообщений воспринимается с расчетом (чаще всего неосознанным) на вторичный коммуникативный акт, т. е. с расчетом на то, что некто имеет ту же информацию, которая станет в будущем предметом общения. Например, при восприятии публичных лекций или сообщений средств массовой информации образ ситуации вторичного коммуникативного акта может присутствовать или не присутствовать в сознании реципиента. На наш взгляд, это лишь в малой степени влияет на осмысление