**Лекция №22**

**Тема 3.2 Интерес, восприятие, внимание**

 Понятие психических процессов

1. Статусы индивида, оказывающие влияние на процесс восприятия

2. Нейрофизиологическая конфигурация мозговых структур как фактор, влияющий на восприятие информации индивидом.

3. Текстовые факторы

Рекомендуемая литература:

1. Андриенко Е.В.  Социальная психология: учебное пособие/ Е.В.Андриенко; под ред. В.А.Сластенина. -3-е изд., стер.. -М.: Академия, 2014. -264 с

2. Назаретян А.П.  Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии  : учебное пособие/ А.П.Назаретян. - М.: Питер, 2014. -192 с.: ил.

3. Психология делового общения: программа, метод.указания и контр.задания для студентов-заочников/ сост. Э.Б.Миннуллина. -Казань: КГЭУ, 2005. -15 с.

4. Артемов В.Л. Ожидания и предрасположенность аудитории. Установка. Стереотип. "Против клеветы и домыслов". М.,2012.

5. Богомолова Н.Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. М.,2014

6. Воскобойников Я.С., Юрьев В.К. Журналист и информация.

М.,2016.

*Социокультурный статус*. Общепризнано, что восприятие и переработка информации осуществляются человеком на основе уже имеющихся в его сознании знаний, ценностей, норм, в меру его общих и специальных способностей. В целом сознание человека, воспринимающего и перерабатывающего информацию, можно представить в виде некоего фильтра, который одни сообщения пропускает полностью, другие деформирует, третьи полностью отбрасывает.

С этой точки зрения, сознание читателя может быть рассмотрено как единство трех сторон: совокупности представлений и впечатлений о реальной действительности, в которой данный читатель живет и действует (своеобразный мир реальностей); совокупности социокультурных образцов, то есть его ценностных представлений (идеологических, этических, эстетических и иных ценностей, постулатов, аксиом и т.п. (мир культуры); совокупности знаний, которыми обладает индивид и с помощью которых он объясняет все, что происходит вокруг него (мир знаний). Каждый из этих миров, каждая из этих сторон сознания реципиента выступает в качестве особого фильтра восприятия информации и программирует особое требование к тексту СМИ. Очевидно, что содержание всех названных выше подсистем сознания в значительной мере определяется принадлежностью человека к определенной социокультурной системе.

Ч.П. Сноу делил представителей так называемой западной культуры на две группы, получившие[[1]](#footnote-1) впоследствии в нашей популярной литературе наименования «физиков» и «лириков», то есть представителей научно-технической интеллигенции и представителей гуманитарной культуры (Ч.П. Сноу. Две культуры).

А.Моль[[2]](#footnote-2) также делил потребителей информации на две категории, но уже по иному критерию. Этот автор различает в современной западной культуре два противоположных типа культуры: традиционную «гуманитарную» и «мозаическую». Гуманитарная культура отличается иерархичностью, упорядоченностью, предполагает выделение некоторых главных предметов для размышления, стремится к созданию своеобразной логичной сети знаний, которая и становится экраном восприятия всех сообщений.

Мозаичная культура – это не сеть, а своеобразный войлок: знания складываются из разрозненных обрывков, связанных простыми, чисто случайными отношениями близости по времени усвоения, по созвучию или ассоциации идей. Эти обрывки не образуют упорядоченной логической структуры, но они обладают силой сцепления, которая не хуже старых логических связей придает «экрану знаний» определенную плотность, компактность не меньшую, чем у «тканеобразного» экрана гуманитарного образования. «В мозаичной культуре знания формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации»[[3]](#footnote-3). Понятно, что принадлежность индивида к тому или иному социокультурному слою влияет на общую установку во взаимоотношениях со средствами массовой информации.

На процесс восприятия (также как и производства) массовой информации влияет индивидуальная нейрофизиологическая конфигурация мозговых структур, отвечающих за переработку информации. Современная наука выяснила, что за производство и переработку информации в мозгу человека отвечают 4 участка, которые располагаются симметрично в правом и левом полушариях:

* левый висок – простые логические конструкции,
* левый лоб – сложные логические конструкции,
* правый висок – простые эмоциональные и чувственные впечатления,
* правый лоб – сложные эмоциональные и чувственные впечатления.

В силу тех или иных причин различные доли коры мозга могут быть развиты в разной степени. В результате человек будет воспринимать информацию избирательно. Классическая ситуация – шизофрения, которая, по наблюдениям московских психологов, в той или иной форме есть у каждого десятого работника умственного труда. При этом заболевании резко увеличены лобные доли и уменьшены височные, такой человек не умеет ни понимать, ни производить простой информации. Он изъясняется очень сложными, вычурными предложениями, любит беседовать на отвлеченные темы и терпеть не может ни простой речи, ни простых, житейских, конкретных проблем. Возможны и другие крайности, когда в результате чрезмерного развития височных долей человек воспринимает и производит только упрощенную, примитивную информацию и принципиально не воспринимает абстрактного теоретического знания. В силу уникальности каждого человека, мозги у каждого в буквальном смысле устроены по- своему. Поэтому нужна дифференцированная информационная деятельность, учитывающая особенности переработки информации разными людьми. Понимание (и как процесс, и как результат) тесно связано не только с интеллектуальной, но и эмоциональной зрелостью человека. И дело здесь не только в том, что работа мышления доставляет человеку огромное эмоциональное наслаждение.

Физик Макс фон Лауэ писал по этому поводу: «Понимание того, как сложнейшие разнообразные явления математически сводятся к таким простым и гармонически прекрасным уравнениям Максвелла, является одним из сильнейших переживаний, доступных человеку». Аналогичное свидетельство оставил Чарльз Дарвин: «Я обнаружил, правда бессознательно и постепенно, что удовольствие, доставляемое работой мысли, несравненно выше того, которое доставляет какое-либо техническое уменье или спорт... Главным моим наслаждением в течение всей жизни была научная работа»[[4]](#footnote-4).

Дело еще и в том, что уровень эмоциональной включенности личности в процесс понимания «подхлестывает» этот процесс, включает такие уровни сознания и подсознания, которые у неэмоционального человека остаются навсегда запечатанными. Таким образом, опираясь на вышеизложенные соображения, мы можем сформулировать положение о том, что качество (глубина, адекватность) восприятия и понимания потребителем информации текста массовой коммуникации определяется не просто тем смыслом, который был заложен в текст его создателем, но и социальной, психологической, коммуникативной (информационно-семиотической) позицией читателя, зрителя, слушателя, определяемой, в конечном счете, системой осуществляемых им деятельностей. Различаясь по своим позициям, люди различаются, естественно, и по той перспективе, в которой они воспринимают одни и те же объекты. Невозможно увидеть один и тот же объект точно таким же, каким его видит другой человек, не став на точно такую же точку зрения, как и он, не заняв его позицию. Но такое отождествление себя с другим невозможно в принципе, в силу определенной уникальности биографии, жизненного пути каждого из нас. Поэтому ни один читатель не в состоянии абсолютно адекватно воспринять те смыслы, которые закладывались в текст его создателем. Но и создатель текста не может полностью промоделировать восприятие читателя и предугадать возможные искажения его мысли.

Различие смысловых структур сознания (рациональностей – по терминологии А.И.Ракитова) участников коммуникации (а оно есть всегда, хотя и может варьироваться в широких пределах) может вести к очень разным следствиям. В одних условиях это будет ситуация, когда читатель вычитывает из текста совсем не то, что хотел сказать (и даже не то, что действительно сказал) его создатель, а лишь то, что он хочет прочитать. В других условиях читатель (именно потому, что он не связан с системой субъективных личностных смыслов автора) выявляет в тексте более глубокий смысл, чем тот, который субъективно осознавался автором. Понимание смысла произведения вовсе не тождественно простому воспроизводству его порождения. Именно возможность занятия по отношению к тексту внешней позиции, несовпадение перспективы интерпретатора с авторской перспективой делают возможным выявление в тексте таких слоев смысла, которые отсутствовали в авторском сознании. Выявление глубинного объективного смысла текста в ряде случаев требует от читателя не только наличия определенной позиции по отношению к самому произведению, но и умения осуществлять объективный анализ той функции, которую призван выполнить данный текст, да и весь коммуникационный процесс в системе человеческой практической деятельности и культурно-исторических связей и отношений. Речь идет о ситуациях, когда видимая картина действительности не только не совпадает с подлинным положением дел, но глубоко искажает, мистифицирует действительность. Тогда читатель должен проникнуть сквозь добросовестно воспроизведенную журналистом, но неверно понятую им действительность к ее подлинной сущности, то есть к тем смыслам, которые в явной форме в тексте не присутствуют.

*Текстовые факторы.* Эффективность восприятия и понимания текста во многом зависит от особенностей самого текста. В ряду этих особенностей важнейшее значение имеют близость содержания текста интересам и потребностям читателя, качество содержания и трудность текста. Другими словами, можно предположить, что в процессе восприятия текста массовой информации аудитория оценивает его по трем группам параметров. Одна группа связана с инструментальной ролью этого текста, степенью его полезности, возможностью использовать в практической деятельности. Вторая группа параметров связана со степенью адекватности содержания текста той действительности, которую знает аудитория.

Третья группа параметров связана с совершенством, искусностью, профессионализмом создателя данного текста. Говоря о близости содержания текста интересам и потребностям читателя, следует прежде всего указать на то обстоятельство, что между субъектом в единстве его социальных, психологических и семиотических характеристик и текстом, выступающим в качестве объекта восприятия и понимания, складываются весьма сложные отношения, которые могут быть описаны с помощью понятия «дистанция». «Длина» этой дистанции между содержанием текста и воспринимающим его субъектом определяется упоминавшимися выше деятельностными, социальными, социокультурными и психологическими параметрами текста и читателя. Характеризуя деятельностную дистанцию, необходимо исходить из тезиса о том, что системы массовой информации (и соответственно тексты массовой информации) возникли и развивались в качестве средства удовлетворения потребности в оперативном присвоении актуальных способов жизнедеятельности. Очевидно, что с этой точки зрения анализ структуры текстов, создаваемых и потребляемых в рамках этих систем, связан с исследованием видов и типов присваиваемых способностей. Этот вопрос, разумеется, требует отдельного и весьма основательного разговора. Здесь же будет достаточно указать на то, что, помимо разнообразных специальных человеческих способностей, существуют виды способностей, равно необходимых любому человеку, каким бы видом жизнедеятельности он ни занимался.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каким образом принадлежность к к тому или иному социокультурному слою влияет процесс восприятия?
2. Каким образом нейрофизиологические особенности мозговых структур влияют на процесс восприятия?
3. Расскажите о разделении потребителей информации по Ч.П. Сноу и А.Моля.
4. Что такое мозаичная культура?
5. Какие особенности построения текста непосредственно влияют на его восприятие?
1. И. Дзялошинский. Эффективность восприятия и понимания текстов массовой коммуникации. [Электронный ресурс]: AdVesti. – Режим доступа: <http://www.advesti.ru/publish/pr/180405_effect/> [↑](#footnote-ref-1)
2. Социодинамика культуры: Пер. с фр. / Предисл. Б. В. Бирюкова. Изд. 3-е. – М.:

ИздательствоЛКИ, 2008. – 416 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Там же, с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Биография. [Электронный ресурс]: Чарльз Дарвин. – Режим доступа: <http://charles-darwin.narod.ru/biography/books.html> [↑](#footnote-ref-4)