

# ОСОБЕННОСТИ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ВОСПРИЯТИЯ МНОГОЗНАЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

**Кривцов Валерий Михайлович**

Аспирант, Астраханский Государственный Университет,  
Астрахань, Россия  
adv200757@mail.ru

## FEATURES OF PSYCHOLOGICAL PERCEPTION OF MULTIPLE-VALUED INFORMATION

**V. Krivtsov**

*Summary:* This article is devoted to the study of the features of the psychological perception of information, which is characterized as ambiguous. The paper draws attention to the main terminological concepts («information», «multiple-valued information», «psychological perception»). The author reveals the features of the psychological perception of ambiguous information in the context of its verbal and non-verbal components. The article presents the process of perceiving multi-valued verbal codes, which consists of several necessary stages: the recognition stage (visual and / or auditory), the sensory stage and the perceptual stage. The author notes that it is at the stage of perceptual actions that the recipient correlates the meaning of the verbal sign with the data from his cognitive experience, which gives rise to the process of association, identification with the perceptual standard. The process of perceiving non-verbal ambiguous information seems to be more difficult. Here the characteristic of the stimulus source is most updated, and the cognitive experience of the recipient also matters. On the basis of what is seen or heard in the mind of a person, the associative image of the object is built, the "leading" semantics is singled out, which manifests itself at the level of consciousness. Lexico-semantic processes, including term-forming ones, are largely associated with national-specific features of the meanings of words, the nature of which is based on primary interpersonal interactions and its socio-cultural generalization within the framework of accepted social categories.

*Keywords:* information, multi-valued information, perception, verbal means, non-verbal means, perceptual standard, mechanisms of psychological perception, consciousness.

*Аннотация:* Настоящая статья посвящена исследованию особенностей психологического восприятия информации, которая характеризуется как многозначная. В работе обращено внимание на основные терминологические понятия («информация», «многозначная информация», «психологическое восприятие»). Автором раскрываются особенности психологического восприятия многозначной информации в разрезе её вербальной и невербальной составляющей. В статье представляется процесс восприятия вербальных многозначных кодов, состоящий из нескольких необходимых этапов: этап опознавания (зрительный и / или слуховой), сенсорный этап и перцептивный этап. Автором отмечается, что именно на этапе перцептивных действий реципиент соотносит значение вербального знака с данными из своего когнитивного опыта, что порождает процесс ассоциации, отождествления с перцептивным эталоном. Более сложным представляется процесс восприятия невербальной многозначной информации. Здесь наиболее актуализируется характеристика стимульного источника, а также имеет значение когнитивный опыт реципиента. На базе увиденного или услышанного в сознании человека происходит выстраивание ассоциативного образа объекта, вычленяется «ведущая» семантика, проявляющаяся на уровне сознания. Лексико-семантические процессы, в том числе терминообразующие, в значительной мере связаны с национально-специфическими особенностями значениями слов, природа которых основана на первичных межличностных взаимодействиях и его социокультурным обобщением в рамках принятых общественных категорий.

*Ключевые слова:* информация, многозначная информация, восприятие, вербальные средства, невербальные средства, перцептивный эталон, механизмы психологического восприятия, сознание.

Современная психологическая наука и на сегодняшний день в качестве одного из дискуссионных вопросов имеет проблему исследования механизмов восприятия многозначной информации. Между тем, результаты подобных научных изысканий позволяют исследователям приблизиться к постижению феномена человеческого сознания, на что в принципе нацелены когнитивная психология и психолингвистика.

Несмотря на масштабный накопленный научный опыт по теории психологического восприятия информации (Н.С. Куделькина [6], Т.М. Мамина, Е.А. Дедова [8], Т.А. Гридина, Н.И. Коновалова [2], И.А. Воронов [1], В.Ю. Карпинская [4] и мн. др.), а также разнообразие эксперимен-

тальных исследований по данному вопросу, проблема выявления механизмов психологического восприятия информационных сообщений нуждается в дальнейшем уточнении, что и является предметом настоящей работы.

Современный человек сталкивается с различного рода информацией во всех сферах своей жизнедеятельности. Сегодняшний мир отличается большим информационным потоком, содержание которого так или иначе непрерывно обрабатывается в сознании личности. Плодотворным представляется определение феномена информации в психологическом ключе, данное И.А. Вороновым. Исследователь отмечает, что понятие информации тесным образом сопряжено с «сигналами окружающей среды» [1,

С. 371]. Этим и объясняется непрерывность работы человеческой психики в процессе опознавания и осознания элементов информационного потока.

Таким образом, информация – это те сведения об окружающем мире, которые транслируются этим же окружающим миром.

Не вызывает сомнения тот факт, что информация, передаваемая «средой», обладает неоднозначностью. Современная когнитивная психология оперирует понятием «многозначность», которая, в сущности, является «тотальным свойством воспринимаемой информации» [10, С. 37]. Под характеристикой «тотальное» понимается перманентность данного признака информации. Иными словами, любой «сигнал окружающей среды» обладает полисемичностью, что, впрочем, далеко не всегда это осознаётся реципиентом. Подтверждение данному факту зачастую наглядно и отчётливо демонстрируется на примере нарочито многозначных изображений: при первом взгляде на подобного рода иллюстративный стимульный материал человек способен разглядеть лишь один из «зашифрованных» в рисунке образов. Причиной этому, как указывают М.Г. Филиппова, Н.В. Морозкина, является тенденциозность восприятия реальности, т. е. её соответствие «<...> нашим ожиданиям и предпочтениям» [10, С. 38]. Эти же факторы влияют на процесс человеческого восприятия, который, на наш взгляд, плодотворно истолкован В.Н. Денисенко. Исследователь отмечает, что важной составляющей процесса восприятия оказывается уровень предшествующего «когнитивного опыта», который влияет на интерпретацию сведений из окружающего мира реципиентом [3, С. 167]. Эксперименты показывают, что особенности психологического восприятия информации зависят в том числе, от следующих факторов:

- источник сообщения (канал связи);
- когнитивная компетенция реципиента;
- соотношение канала связи и «ведущей модальности» субъекта восприятия;
- объём оперативной памяти реципиента и т.д. [2, С. 27].

Данные факторы являются тем «камнем преткновения», который не позволяет преодолеть дискуссионность проблемы восприятия информации в когнитивной психологии, а также причиной неоднородности полученных результатов экспериментальной работы исследователей в данном ключе.

Симптоматично, что сигналы окружающего мира поступают человеку в вербальном и невербальном выражении. Процессы осознания полисемичности вербальных средств представления информации достаточно глубоко изучены современной наукой, в частности такие исследования базируются на лексическом материале, когда группе реципиентов предлагается определить

значение репрезентируемого слова, которое обладает собственной многозначностью [2], [9], [13].

Таким образом, процесс восприятия вербального кода может быть представлен в качестве цепочки процессов, запускаемых рецептивными механизмами. Во-первых, при первичной обработке многозначной информации происходит восприятие «тела знака» (причём это касается как устной, так и письменной формы представления информации). Далее запускаются механизмы ассоциации, когда вербальный знак обретает в сознании конкретный образ, извлечённый из когнитивной памяти реципиента. И в этом случае особенную роль обретает когнитивный опыт человека. В иных условиях, когда слово является для реципиента незнакомым, подключаются механизмы соотношения и/или подобия, а также оппозиционности, работа которых нацелена на «разгадку» образа вербального кода. Более наглядно данный процесс может быть представлен в следующей схеме (см. рисунок 1):

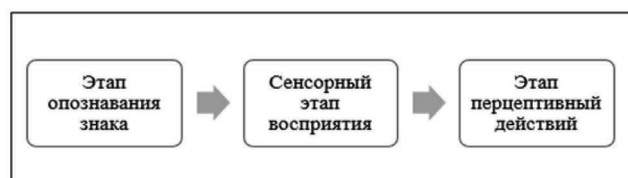


Рис. 1. Процесс восприятия вербального знака

При восприятии многозначной вербальной единицы на этапе сенсорного восприятия происходит выбор «ведущего», обладающего приоритетностью значения полисемичной лексемы. Причём, как показывают исследования, второе и последующие значение вербальных знаков также перерабатываются в сознании реципиента, однако происходит данный процесс в сфере бессознательного. Тогда как на уровне сознания актуализируется лишь «ведущее» [6, С. 271].

Для осознания вербального кода (понимания семантики) на этапе перцептивных действий происходит так называемое сравнение данных, полученных человеком на этапе восприятия, с данными, хранящимися в его когнитивном опыте. Извлечённый из сознания образ получил в науке терминологическое обозначение «перцептивного эталона» – «образа воспоминания подобных предметов» [5, С. 13] и / или явлений, передаваемых посредством конкретного вербального проявления.

Плодотворным представляется использовать приведённую схему, отражающую процесс восприятия вербальной информации, и к осознанию невербальных информационных средств. Однако понимание и интерпретация невербальной информации представляется более сложным, поскольку здесь особо актуализируется не только когнитивный опыт реципиента, но и характер канала сообщения, «стимульная среда» воспроизводящей стороны

и особенности восприятия принимающей стороны (в частности, её мотивация, намерения и установки) [6, С. 268].

Итак, под невербальной информацией мы понимаем те «сигналы окружающей среды», которые передаются не посредством словесных знаков. В качестве стимульной среды для выявления особенностей психологического восприятия такого рода информации психологами зачастую избираются многозначные изображения, имеющие в своём составе несколько образов. Исследователями отмечается, что только один из «зашифрованных» в такого рода материалах распознаётся реципиентом, тогда как второй оказывается воспринят на бессознательном уровне. Однако доказано, что все компоненты неоднозначного графического стимулянта могут быть разгаданы большинством из испытуемых. Такая тенденция получила название «инверсия восприятия» [14, С. 175].

В процессе восприятия невербальной информации человек не сталкивается с построением ассоциативного ряда «слов – образ» – образ здесь даётся ему как бы в готовом виде (возникает ассоциативная цепочка «образ-образ»), но тот образ, что будет добыт реципиентом из своего когнитивного опыта может отличаться в зависимости от ситуационного контекста, а также от особенностей самого воспринимающего. Многозначными также оказываются такие элементы невербальной информации, как мимика, жесты, позы, внешний вид собеседника и т.д., которые придают вербальным компонентам дополнительные оттенки значения и декодируются в сознании реципиента. Таким образом, каждый отдельно взятый человек обладает различным уровнем «интерпретационных возможностей» [7, С. 29], от чего зависит в целом когнитивная деятельность реципиента. Именно это и затрудняет получение объективных результатов исследования механизмов восприятия многозначности. В связи с этим преобразуем изначально заданную нами схему процесса восприятия знака, применительно к невербальным видам информации (см. рисунок 2):



Рис. 2. Процесс восприятия невербального кода

Однако отметим, что вербальная и невербальная информация зачастую предоставляется реципиенту в комплексе, что расширяет возможности построения ассоциативных цепочек, совокупность которых образует ассоциативное поле многозначного контекста. А за счёт подавления неосознаваемых смыслов происходит «конкретизация выбранного значения» [11, С. 358].

Таким образом, к психологическим особенностям восприятия многозначной информации относятся:

- восприятие многозначной информации (как в вербальном, так и в невербальном представлении) базируется на когнитивном опыте реципиента, а уровень интерпретационных возможностей напрямую соотносится с его личностными характеристиками (пол, профессия, уровень образования, психотип и особенности поведения, сформированность мотивационной сферы, стремления и т.д.);
- множественные значения вербальной и невербальной информации не воспринимаются реципиентов на уровне сознательного. Те смыслы, которые не оказались для человека «ведущими», остаются в сфере бессознательного или же сознательно подавляются;
- иногда вторичное, первоначально не осознаваемое значение информации, попадает в сферу сознания: в этом случае наблюдается тенденция «инверсии восприятия»;
- в качестве «ведущего» значения полисемичной информации реципиент избирает то, что соотносится с его мотивационной сферой, а также представляет собой более привычные и типичные семантические акценты;
- разница в восприятии вербального и невербального знака заключается в компонентном составе психических процессов: при обработке вербальной информации реципиент выстраивает ассоциативный ряд «слово-образ», тогда как при интерпретации невербальной информации подключаются механизмы соотнесения образа и образа (увиденного / услышанного с образом, извлечённым из когнитивного опыта человека).

В целом, изучение действия механизмов работы психики человека при интерпретации многозначных вербальных и невербальных кодов позволяет судить об уровне активности когнитивной деятельности человека.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воронов И.А. О переопределении информации, психики, психологии и предмете психологии / И.А. Воронов // Учёные записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2018. – № 10 (164). – С. 369–373.
2. Гридина Т.А. Ассоциативные механизмы вербальной памяти: пилотные эксперименты / Т.А. Гридина, Н.И. Коновалова // Когнитивная нейронаука – 2020: материалы международного форума, 11–12 декабря 2020 г., Екатеринбург. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. – С. 25–31 [Электронный ресурс].

- URL: <https://elar.urfu.ru/handle/10995/95497>
3. Денисенко В.Н., Кан Ч. Особенности психофизиологического подхода к исследованию проблемы восприятия // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2015. – № 2. – С. 167–173.
  4. Карпинская В.Ю. Психофизика перцептивных иллюзий: дисс. . . док. Психологических наук: 19.00.01. Общая психология, психология личности, история психологии / Валерия Юльевна Карпинская. – Санкт-Петербург, 2016. – 312 с.
  5. Креолизованный текст: Смысловое восприятие: коллективная монография / Отв. ред. И.В. Вашунина. Ред. колл.: Е.Ф. Тарасов, А.А. Нистратов, М.О. Матвеев. – М.: Институт языкознания РАН, 2020. – 206 с.
  6. Куделькина Н.С. Восприятие многозначной информации как предмет психологического исследования / Н.С. Куделькина // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2008. – Вып. 4. – С. 268–276.
  7. Лабунская В.А. Методология прикладных исследований невербального поведения человека. Невербальное общение: социально-психологические факторы интерпретации и конструирования невербального поведения: монография / В.А. Лабунская. – Саарбрюккен: Palmarium Academic Publishing, 2014. – 140 с.
  8. Мамина Т.М. Особенности восприятия и узнавания полисемии и омонимии / Т.М. Мамина, Е.А. Дедова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 12. Психология. Социология. Педагогика. – 2013. – № 4. – С. 3–9.
  9. Ушакова Т.Н. Лингвopsихологическое исследование вербальной семантики / Т.Н. Ушакова, С.С. Белова, Е.А. Валуева // Психологический журнал. – 2010. – Т. 31. – № 6. – С. 64–78
  10. Филиппова М.Г. Осознаваемая и неосознаваемая многозначность: два вида когнитивного контроля / М.Г. Филиппова, Н.В. Морошкина // Сибирский психологический журнал. – 2015. – № 56. – С. 37–55. – DOI: 10.17223/17267080/56/4.
  11. Филиппова М.Г., Аллахвердова В.М. Конкретизация выбранного смысла в процессе восприятия двойственных изображений / М.Г. Филиппова, В.М. Аллахвердова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2020. – Т. 17. – № 2. – С. 356–366. DOI: 10.17323/1813-8918-2020-2-356-366.
  12. Щербакова О.В. Негативность, связанная с ошибкой, как маркер неосознаваемой чувствительности к многозначности стимула / О.В. Щербакова, М.Г. Филиппова, Ю.Ю. Штыров // Журнал высшей нервной деятельности им. И.П. Павлова. – 2019. – Т. 69. – № 3. – С. 334–338. DOI: 10.1134/S0044467719030146.
  13. Экспериментальный метод в современной психолингвистике: исследование лексической неоднозначности / О.В. Федорова, А.Я. Койфман, М.Д. Васильева, М.В. Фаликман, А.М. Поминова // Материалы Всероссийской научной конференции «Экспериментальный метод в структуре психологического знания». М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. – С. 279–284.
  14. Filippova M.G., Shcherbakova O.V., Shtyrov Y.Y. It is not what you think It is: ERP correlates of verbal and non-verbal ambiguity processing. Zhurnal Vyshei Nervnoi Deyatelnosti im. I.P. Pavlova. — 2019. — Vol. 69 — № 2, P. 175-186. DOI: 10.1134/S0044467719020060

© Кривцов Валерий Михайлович (adv200757@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»