

О ФАКТОРАХ КОММУНИКАТИВНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕКСТА

В статье рассматривается феномен коммуникативного воздействия текста в ракурсе факторов, которые влияют на его эффективность, вероятность обращения реципиента к сообщению и полноту ознакомления с текстом. Автор опирается в основном на труды американских психолингвистов, в которых данная проблематика была разработана наиболее убедительно.

Ключевые слова: психолингвистика, коммуникация, воздействие, понимание, факторы коммуникативной эффективности.

На современном (в широком смысле) этапе развития науки о языке проблема эффективности, или эффекта воздействия, языка/речи считается одной из центральных проблем в языковедческом анализе коммуникации, поскольку именно возможности вербального воздействия партнеров друг на друга легли в основу того «поворота к антропоцентризму и изучению языка как важнейшей составляющей человеческой деятельности» [1, с. 274], на который делают упор лингвисты в изучении языка как средства категоризации окружающего мира. Традиционно эффект воздействия определяется как всевозможные изменения, возникающие в среде реципиентов в результате ее подчинения процессу коммуникации, независимо от того, являются ли эти изменения объективными (например, итоги голосования, вступление в члены какой-то организации, покупка рекламируемого товара) или субъективными (повышение уровня информированности, изменение установки и т. д.) [13]. При этом четко различаются коммуникативное (речевое) воздействие (стремление побудить адресата сознательно принять нашу точку зрения, сознательно принять решение о каком-либо действии, передаче информации и т. д.) и манипуляция (скрытое или замаскированное влияние на понимание ситуации адресатом, который не осознает такого воздействия) [7–9].

С этих позиций эффект коммуникации рассматривается как обладающий определенным «знаком» в зависимости от того, характеризуется ли эффект воздействия как положительный, отрицательный или нейтральный [3; 6]. Положительный эффект воздействия наблюдается в том случае, когда изменения в сознании реципиентов происходят в желательном для адресанта направлении; соответственно, отрицательный эффект ведет к нежелательным изменениям, а нейтральный эффект — полное отсутствие каких-либо изменений (редкое явление, свидетельствующее о невосприятии сообщения адресатом). Понятно, что о «коммуникативной эффективности» сообщения можно говорить тогда, когда имеется его положительный эффект.

Важным основанием такого анализа служит также *степень эффективности*, которую, как пред-

полагается, можно рассчитать и определить, насколько хорошо реализованы цели коммуникатора. Величина соответствующего индекса напрямую зависит от доли лиц, на которых сообщение воздействовало положительно. На практике получение подобного индекса представляет большую трудность, однако принимаются различные косвенные оценки, позволяющие исследователям сделать вывод о том, какие факторы определяют эффективность и могут быть конкретно оценены. Данная проблематика особенно глубоко разработана психолингвистами. В трудах таких ученых, как Р.П. Абельсон, Дж. Брэнсфорд, А. Грэссер, Т.А. ван Дейк, В. Кинч, У. Чейз, К. Эрикссон и других [11–16] теоретическим и экспериментальным путем обоснованы следующие группы факторов эффективности текста.

Факторы, связанные с вероятностью обращения адресата к сообщению:

- доступность канала коммуникации (возможность смотреть телепрограмму, слушать радиопередачу, стоимость и тираж печатного источника и т. д.);
- отношение реципиента к данному СМИ (например, некоторые люди принципиально не смотрят телевизор или не читают газет, а некоторые предпочитают ограниченный круг передач или печатных СМИ);
- отношение реципиента к теме сообщения (например, его интересует только спорт, культура, политика или другие темы, к которым реципиент «приучен» и проблематика и язык которых ему ближе);
- отношение реципиента к коммуникатору (авторитет, престиж коммуникатора и тех групп, от имени которых он выступает, интерес и доступность его прежних сообщений и т. д.);
- наличие информации о данном сообщении, полученной из других источников (аннотация, анонс, рецензия и т. п.).

Факторы, влияющие на полноту ознакомления адресата с сообщением:

- трудность понимания сообщения;
- интерес, возникающий в процессе восприятия информации;

* © Леденева С.Н., 2017

– важность сообщаемой информации для реципиента;

– объем (длительность) сообщения.

Данные факторы в значительной мере определяют, прочтет ли реципиент выбранное им сообщение полностью, досмотрит ли телепередачу, дослушает ли выступление и т.п. При этом ведущим фактором становится трудность понимания – как объективная (в ходе эксперимента аналитик оценивает, насколько хорошо человек понял сообщение), так и субъективная (сам реципиент оценивает, насколько трудным представляется ему смысл текста), и их оценки могут не совпадать. Вероятность обращения к тексту и полнота ознакомления с ним обычно зависит от субъективной трудности понимания. Однако для эффективности инструктивных и информативных сообщений принципиальна объективная трудность сообщения, ибо очевидно, что сообщение окажется эффективным только в том случае, если реципиент полностью поймет содержание.

Немаловажным, хотя и вторичным по отношению к вышеназванным факторам, признается также фактор личностной характеристики адресата. Продюцент текста любого типа всегда ориентируется на некую группу реципиентов, которая заведомо способна понять его (как бы ни определять сам термин «понимание») [4; 5]. Эта группа может быть сравнительно малочисленной (например, когда речь идет о сугубо профессиональной информации), а может, напротив, включать подавляющее большинство реципиентов (например, детская сказка). Как именно обстоит дело в каждой конкретной ситуации, предлагается решать с помощью экспертов, которые путем специфических операций раскрывают цели автора текста в сопоставлении с предпосылками к его восприятию конкретными реципиентами.

Именно на сопоставлении возможностей читателя/слушателя и трудности текста были основаны методы американских ученых по оценке *читабельности* (*readability*) материала. Основная цель этих работ состояла в получении так называемой «формулы читабельности» – уравнения регрессии, которое связывает оценку трудности текста с рядом его структурных элементов (средняя длина предложения, процент редких слов и т.п.) и при этом соответствует заданному уровню образованности реципиентов. При практической проработке таких уравнений трудность текста принято передавать в терминах образовательного уровня, необходимого для адекватного понимания текста, а среди структурных элементов текста выбирают такие, значения которых могут быть надежно восприняты профессионалами.

Популярность и успешность этого направления оправдана достаточно впечатляющими практическими результатами вычислений: анализ текстов предвыборных речей ряда кандидатов в президенты показал, что все без исключения кандидаты, имевшие более читабельные тексты, в итоге избирались президентами.

Анализ ряда формул читабельности показал, что чаще всего в качестве структурных элементов тек-

ста, влияющих на трудность понимания, рассматриваются две группы факторов.

I. Факторы словарного состава:

– доля слов текста (обычно в процентах к общему числу слов), содержащих более двух слогов;

– доля слов текста, содержащих более трех слогов;

– доля односложных слов;

– число слогов на 100 слов текста;

– доля слов текста, входящих в число наиболее частых слов языка;

– доля слов текста, содержащих более двух слогов.

II. Факторы структуры предложений:

– средняя длина предложений в словах;

– средняя длина предложений в слогах.

Несомненный интерес для нас представляют описанные в литературе *методы* экспериментального изучения характеристик текста и степени его понимания. Изучение трудности понимания речевого материала предполагает необходимость глубокого изучения процесса понимания в лабораторных условиях, проведение выборочных обследований, сравнение большого числа различного рода текстов. Задачи, связанные с интерпретацией вербального поведения испытуемых в экспериментах по пониманию, определяют характер используемых в работе этих методов, при помощи которых возможно получать количественные оценки исследуемых характеристик и, прежде всего, степени трудности текстов. В качестве таких методов обычно выступают различного рода тесты и методы субъективных оценок. Экспериментаторы пытаются ответить на многие вопросы, связанные с проблемами понимания, в частности определить, каким образом должен быть организован речевой материал, чтобы он был адекватно понят средним представителем той аудитории, для которой предназначен.

Оценка степени понимания читателем воспринятого текста включает два основных этапа. Вначале реципиент воспринимает текст, затем ему дается некоторое задание, выполнение которого возможно только в случае адекватного понимания текста. Виды самих заданий отличаются большим разнообразием и имеют большой прикладной потенциал, используемый в частности в языковой подготовке специалистов разных профилей [10]. Среди них такие, как:

– выполнение действия, обозначенного в сообщении;

– восстановление пропущенных элементов текста (*close procedure*);

– свободный пересказ;

– ответы на вопросы по содержанию;

– выбор утверждений, которые могут соответствовать или не соответствовать содержанию (*true-false*);

– пересказ на родном языке (применяется, например, при чтении иноязычных текстов в процессе обучения).

Говоря о методе пересказа, следует отметить, что, по мнению исследователей [15], при пересказе текста, в котором нарушен порядок событий, чита-

тель или слушатель стремится пересказать его в логической последовательности. Такое переупорядочивание искаженного повествования служит подтверждением адекватного понимания информации, изложенной в тексте, помимо этого дополнительная обработка отражается в возрастающей вероятности припоминания, ибо память играет важнейшую роль в когнитивном процессе и существенно влияет на весь процесс понимания связного текста. Здесь необходимо отметить, что целью понимания дискурса является не механическое выучивание, а запоминание нужной информации. Общеизвестно, что легче запоминаются простые, знакомые тексты. Если же нет соответствующей базы знаний, информацию запомнить очень сложно. Хорошо запоминаются простые повествовательные тексты и труднее – тексты-описания [11; 14]. Если читатель не может определить смысл текста и, следовательно, не может активизировать знания, процесс запоминания значительно усложняется.

Предпосылкой репрезентации текста является способность построения связной ситуационной модели. В противном случае запоминание текста распадается на куски. Эффективность восприятия текста зависит от границ порций информации [12]. Материал легче запоминается, если он содержится в одной и той же порции, а не в различных. Интересно отметить и тот факт, что фрагмент текста, совпадающий с границами порции информации, менее эффективен для дальнейшего пропозиционного анализа текста, т.к. он не является поисковым стимулом для проработки последующего текста.

Фундаментальное исследование ряда образцов прозы предпринял Дж. Б. Кэррол [2]. Он применил факторный анализ, позволивший ему, в отличие от более ранних статистических исследований, в которых стиль измерялся с помощью одной или весьма ограниченного числа характеристик, исследовать взаимные отношения между большим числом стилистических характеристик, причем среди них были как объективные параметры текста, так и субъективные оценки, что вызывает особый интерес.

Объективные характеристики включали различные числовые меры, индексы и отношения, полученные из подсчетов числа встречающихся в них представителей определенных классов слов, выражений, предложений и других лингвистических единиц. Всего их было 39, включая такие экзотические, как доля нераспространенных нарицательных существительных, число выражений, содержащих числительное, доля существительных с латинскими суффиксами и т.д.

Субъективные характеристики были получены в результате опроса группы испытуемых по методике семантического дифференциала Осгуда. Тексты оценивались по шкалам (глубокий – поверхностный, хитроумный – очевидный, абстрактный – конкретный, осмысленный – бессмысленный и т.д. – всего около 30 шкал). Выборка содержала 150 отрывков английской прозы, взятых из разных источников и характеризующихся различными стилистическими особенностями. Отрывки выбирались более или менее

самостоятельные по смыслу, содержащие (каждый) несколько более 300 слов. Отбирались отрывки по жанрам: романы, очерки, газетные передовицы и репортажи, биографии, научные статьи, проповеди и т. п.

В результате исследования оказалось, что для субъективных оценок наиболее высокий коэффициент надежности был у шкал, относящихся к специфическим и относительно трудно оцениваемым качествам стиля: «серьезный – смешной», «абстрактный – конкретный», «эмоциональный – рациональный», «пристрастный – беспристрастный», «серьезный – легкомысленный», «интимный – отчужденный» и «характеризующий автора – не характеризующий автора» [2].

Относительно коэффициентов надежности объективных характеристик стиля можно сказать, что они лишь определяют степень, с которой писатель склонен поддерживать значения некоторых формальных характеристик своего стиля постоянно на протяжении сравнительно небольших отрывков.

Факторный анализ выявил семь факторов, однако только шести из них удалось дать осмысленную интерпретацию. Основу факторов составили данные по субъективным оценкам, однако важно, что некоторые из них имели выраженную связь с объективными параметрами. Например, фактор «абстрактность» наряду с высокими оценками по шкалам типа «абстрактный–конкретный» достаточно хорошо коррелирует с небольшим количеством выражений, содержащих числительное, высоким процентом придаточных предложений-подлежащих, небольшим числом причастий и т. д.

Обобщая все изложенное, считаем необходимым подчеркнуть, что психолингвистам предстоит еще немало исследовать такие, казалось бы, абстрактные характеристики, как понимание, запоминание, осознание, которые в совокупности определяют важнейший результат вербального взаимодействия отправителя и получателя сообщения – коммуникативное воздействие, а также расширить возможности измерения факторов такого воздействия.

Библиографический список

1. Александрова О.В., Менджерицкая Е.О., Харьковская А.А. Филология как составляющая современного гуманитарного знания и компетентностный подход в образовательных программах по зарубежной филологии // Вестник Самарского государственного университета. 2008. № 5/2 (64). С. 273–280.
2. Кэррол Дж.Б. Факторный анализ стилистических характеристик прозы // Семиотика и искусствоведение. М.: Мир, 1972. С. 183–197.
3. Леденева С.Н. Методы психолингвистической оценки эффективности речевого воздействия: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2004. 28 с.
4. Леденева С.Н. О психолингвистических аспектах понимания связного текста // Вопросы прикладной лингвистики. 2016. № 22. С. 74–85.
5. Малюга Е.Н. Некоторые особенности речевого поведения в официально-деловом стиле // Вестник Бурятского государственного университета. 2011. № 11. С. 81–85.

6. Пономаренко Е.В. О прагматической эффективности речи и задачах лингводидактики делового общения // Вопросы прикладной лингвистики. 2012. № 7. С. 61–70.
7. Пономаренко Е.В. Межнациональное деловое общение: убеждение или манипуляция? // Проблемы эффективности делового общения на иностранном языке: сборник научных докладов / под ред. Л.К. Раицкой. М.: МГОУ, 2011. С. 60–64.
8. Радюк А.В. Коммуникативные стратегии как способ манипулятивного речевого воздействия в английском деловом дискурсе // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2013. Т. 1. № 4. С. 181–190.
9. Стернин И.А. Введение в речевое воздействие. Воронеж: Истоки, 2001.
10. Харьковская А.А., Дюмина О.В. Лингводидактические аспекты английских учебных материалов по обучению деловой коммуникации // Наука и культура России. 2016. Т. 1. С. 286–290.
11. Bransford J.D., Johnson M.K. Contextual prerequisites for understanding: Some investigations of comprehension and recall // *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*. 1972. Vol. 11. P. 717–726.
12. Chase W.G., Ericsson K.A. Skill and working memory // G.H. Bower (Ed.). *The psychology of learning and motivation*. New York: Academic Press. Vol. 16. 1982. P. 1–58.
13. Galtung J. *Theory and Methods of Social Research*. Oslo, 1967.
14. Graesser A.C., Hoffman N.L., Clark L.F. Structural components of reading time // *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*. 1980. Vol. 19(2). P. 135–151.
15. Kintsch W., Mandel T.S., Kozminski E. Summarizing scrambled stories. // *Memory and Cognition*, Vol. 5, 1974, P. 547–552.
16. Morris C.D., Bransford J.D. Effective elaboration and inferential reasoning // *Memory & Cognition*. 1982. Vol. 10(2). P. 188–193.
5. Ledeneva S.N. *O psikholingvisticheskikh aspektakh ponimaniia svyaznogo teksta* [On psycholinguistic aspects of coherent text comprehension]. *Voprosy prikladnoi lingvistiki* [Issues of Applied Linguistics], 2016, Vol. 22, pp. 74–85 [in Russian].
6. Malyuga E.N. *Nekotorye osobennosti rechevogo povedeniia v ofitsial'no-delovom stile* [Some features of verbal behaviour in the formal business style]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Buryat State University], 2011, no. 11, pp. 81–85 [in Russian].
7. Ponomarenko E.V. *O pragmaticheskoi effektivnosti rechi i zadachakh lingvodidaktiki delovogo obshcheniia* [On pragmatic efficiency of speech and the tasks of business communication linguodidactics]. *Voprosy prikladnoi lingvistiki* [Issues of Applied Linguistics], 2012, no. 7, pp. 61–70 [in Russian].
8. Ponomarenko E.V. *Mezhnatsional'noe delovoe obshchenie: ubezhdenie ili manipuliatsiia?* [International business communication: persuasion or manipulation?]. In: *Problemy effektivnosti delovogo obshcheniia na inostrannom iazyke: Sbornik nauchnykh докладov. Pod redaktsiei L.K. Raitskoi* [Problems of effectiveness of business communication in a foreign language: Collection of scientific reports. L.K. Raitskaya (Ed.)]. М.: МГОУ, 2011, pp. 60–64 [in Russian].
9. Radyuk A.V. *Kommunikativnye strategii kak sposob manipulyativnogo rechevogo vozdeistviia v angliiskom delovom diskurse* [Communicative strategies as a means of speech influence in English business discourse]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina* [Vestnik of Pushkin Leningrad State University], 2013, Vol. 1, no. 4, pp. 181–190 [in Russian].
10. Sternin I.A. *Vvedenie v rechevoe vozdeistvie* [Introduction to linguistic manipulation]. Voronezh: Istoki, 2001 [in Russian].
11. Kharkovskaya A.A., Dyumina O.V. *Lingvodidakticheskie aspekty angliiskikh uchebnykh materialov po obucheniiu delovoi kommunikatsii* [Linguodidactic aspects of English learning materials for teaching business communication]. *Nauka i kul'tura Rossii* [Science and Culture of Russia], 2016, Vol. 1, pp. 286–290 [in Russian].
12. Bransford J.D., Johnson M.K. *Contextual prerequisites for understanding: Some investigations of comprehension and recall*. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 1972, Vol. 11, pp. 717–726 [in English].
13. Chase W.G., Ericsson K.A. *Skill and working memory*. In: G.H. Bower (Ed.). *The psychology of learning and motivation*. New York: Academic Press, Vol. 16, 1982, pp. 1–58 [in English].
14. Galtung J. *Theory and Methods of Social Research*. Oslo, 1967 [in English].
15. Graesser A.C., Hoffman N.L., Clark L.F. Structural components of reading time. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 1980, Vol. 19(2), pp. 135–151 [in English].
16. Kintsch W., Mandel T.S., Kozminski E. Summarizing Scrambled Stories. *Memory and Cognition*, Vol. 5, 1974, pp. 547–552 [in English].
17. Morris C.D., Bransford J.D. Effective elaboration and inferential reasoning. *Memory & Cognition*, 1982, Vol. 10(2), pp. 188–193 [in English].

References

1. Aleksandrova O.V., Mendzheritskaya E.O., Kharkovskaya A.A. *Filologiya kak sostavliayushchaya sovremennogo gumanitarnogo znaniia i kompetentnostnyi podkhod v obrazovatel'nykh programmakh po zarubezhnoi filologii* [Philology as a component of modern humanitarian knowledge and competency-based approach in foreign philology curricula]. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Samara State University], 2008, Vol. 5–2(64), pp. 273–280 [in Russian].
3. Carrol J.B. *Faktornyi analiz stilevykh kharakteristik prozy* [Factor analysis of prose style characteristics]. In: *Semiotika i iskusstvometriia* [Semiotics and artmetry]. М.: Mir, 1972, pp. 183–197 [in Russian].
4. Ledeneva S.N. *Metody psikholingvisticheskoi otsenki effektivnosti rechevogo vozdeistviia: Avtoreferat dissertatsii...kandidata filologicheskikh nauk* [Methods of psycholinguistic assessment of verbal impact efficiency: Author's abstract of Candidate's of Philological Sciences thesis]. М., 2004, 28 p. [in Russian].

ON FACTORS OF TEXT COMMUNICATIVE EFFICIENCY

The article considers the phenomenon of text communicative impact in terms of the factors that influence its efficiency, the recipient's inclination to turn to the text and his intention to perceive the text in full. The author's vision is mostly based on the works by American psycholinguists, where the problem in question has been elaborated most persuasively.

Key words: psycholinguistics, communication, impact, comprehension, factors of communicative efficiency.

Статья поступила в редакцию 25/II/2017.

The article submitted 25/II/2017.

* *Ledeneva Svetlana Nikolaevna* (svetled@yahoo.com), Department of English Language № 4, MGIMO University, 76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, Russian Federation.