

На правах рукописи



Ширинкина Лариса Витальевна

Восприятие текста как психологический феномен

19.00.01 - общая психология,
психология личности, история психологии

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук

Пермь 2004

Работа выполнена на кафедре психологии философско-социологического факультета ГОУВПО «Пермский государственный университет» и кафедре педагогики и психологии ГОУВПО «Пермский государственный институт искусства и культуры».

Научный руководитель:

доктор психологических наук, профессор Елена Васильевна Левченко

Официальные оппоненты!

доктор психологических наук, профессор А.Г. Исмагилова
кандидат психологических наук, старший преподаватель Е.Н. Гордилова

Ведущее учреждение:

ГОУВПО «Казанский государственный университет»

Защита состоится «___» ноября 2004 года в «___» часов на заседании диссертационного совета Д-212.187.01 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора психологических наук в ГОУВПО «Пермский государственный педагогический университет» по адресу: 614990, г. Пермь, ул. Сибирская, 24.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Пермского государственного педагогического университета.

Автореферат разослан «___» октября 2004 года

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат психологических наук, профессор



Е.А. Силина

2005-4
12384

861826

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Проблема восприятия текста активно разрабатывалась в 70-х - 80-х годах XX века (ВЛБелянин, 1983; Н.Божко, 1979; ЛГ.Жабицкая, 1975; ИАЗимняя, 1976; ПСИлиева, 1983; ЗИКльганикова, 1975; ВХКолобаев, 1989; ОДКузьменко-Наумова, 1980; ЕВЛевченко, 1987; ААЛеонтьев, 1979; АЛЛуныков, 1987; ЛР.Моршинская, 1976; ОЛЛикифорова, 1959; ЮАСорокин, 1985; Г.ССухобская, 1981). Исследователями были рассмотрены как общетеоретические вопросы (ИАЗимняя, 1976, ААЛеонтьев, 1979; ЮАСорокин, 1985), так и прикладные аспекты данной проблемы. Предметом исследования были восприятие текстов разных функциональных стилей (АВЗапорожец, ОЛЛикифорова, 1959; ЮАСорокин, 1985; ГГ. Граник, ЛА Концева, 1996; ГА-Емельянов, 1998; М.В.Ермолаева, 1998), механизм вероятностного прогнозирования в процессе восприятия текстов (ИАЗимняя, 1976; Л.Р.Моршинская, 1976; Г.ССухобская, 1981; Г.Г.Граник, АИСамсонова, 1993). Данная проблема рассматривалась также в рамках проблемы восприятия информации: знаковой (ОДКузьменко-Наумова, 1980), текстовой, графической (СЕЗлочевский, 1994).

Проведенный анализ литературы свидетельствует о тесной связи (вплоть до отождествления, неразличения) двух проблем: восприятия текста и его понимания. Используя термин восприятия, исследователи часто описывают процесс понимания (ИАЗимняя, 1990; ЛИМурзин, АСШтерн, 1991; ААЗалевская, 2002). ААЗалевская приводит трактовку «понимания текста как процесса построения его проекции (или образа содержания текста)» (ААЗалевская, 2002, с.65). С точки зрения ЕЛ. Зарецкой, «текст - коммуникативная структура, которая предназначена для понимания» (ЕЛЗарецкая, 2001, о301), т.е. текст будет называться текстом только тогда, когда он понятен реципиенту. Таким образом, подчеркивается значимость процесса понимания, а восприятие текста рассматривается как вспомогательный процесс.

В последнее десятилетие представлены преимущественно работы, исследующие проблемы понимания текста и его интерпретации (ИА. Зимняя, 1990; ААБрудный, 1998; ААЗалевская, 2002; АМКим, 2002). Вместе с тем не следует недооценивать роль восприятия в обработке вербальной информации, так как восприятие текста является сложным многоплановым процессом, от которого зависит дальнейшая обработка текста. Кроме того, произошло изменение в отношении к чтению. По мнению АЕВойсунского (2003), чтение заменяется селекцией, поиском информации. Реципиент, получая огромное количество различной информации, вынужден быстро ее обрабатывать. Часто при чтении реципиент не имеет возможности глубоко вчитываться в текст, но при этом он находит и получает нужную информацию. Каким образом происходит первичная обработка текста, на что обращает внимание реципиент при восприятии текста - это исследовательские вопросы, которые требуют специального изучения.



Таким образом, **объектом исследования** является восприятие текста.
Предмет исследования - феноменология восприятия текста
Целью исследования является описание феноменологии восприятия текста.

В исследовании решались следующие **задачи**.

1. Провести теоретический анализ истории и современного состояния проблемы восприятия текста.
2. Описать феноменологию восприятия текста в зависимости от компонентов восприятия текста,
3. Осуществить сравнительный анализ восприятия различных групп текстов.
4. Исследовать особенности восприятия текста лицами, включенными в разные педагогические системы (школьники и студенты).

Гипотезы исследования:

1. Феноменология восприятия текста может быть описана с помощью трехкомпонентной модели, включающей когнитивный, конативный и аффективный компоненты восприятия текста
2. Существуют различные стратегии восприятия текста реципиентом.
3. При восприятии текста существуют характеристики образа содержания текста, привносимые реципиентом.

Методологической и теоретической основой исследования выступают когнитивный подход к исследованию восприятия (У. Найссер, Д. Брунер, А.Н. Леонтьев, С.Д. Смирнов, *ЕВ.* Левченко, О.Е. Баксанский, Е.Н. Кучер); субъектный подход к описанию человека (С.И. Рубинштейн, Б.Г. Ананьев), находящий свою конкретизацию в положении об активной роли субъекта в картине познания; положение об активности реципиента при чтении в рамках библиопсихологической теории (Н.А. Рубакин), а также положение о взаимодействии реципиента и текста (Ю.А. Сорокин).

В качестве **методов исследования** выступили метод свободной классификации (модификация Р.М. Фрумкиной), методика составления текстов из отрывков (модификация методики воссоздания авторского текста из фрагментов А.А. Брудного) и методика шкалирования текстов Ю.А. Сорокина (в нашей модификации). При обработке данных применялся метод контент-анализа, t-критерий Стьюдента, критерий ф-угловое преобразование Фишера, кластерный анализ. Расчеты осуществлялись в программе STATISTICA 5.5. В целях выяснения степени обоснованности выделенных для анализа категорий и подкатегорий восприятия текста, полученных методом свободной классификации, был использован метод экспертной оценки.

В исследовании приняло участие 200 человек, средний возраст которых составил 18 лет, из них школьники 10-х классов - 50 человек, 11-х классов - 50 человек, студентов 3 курса гуманитарных факультетов - 50 человек, студентов 3 курса негуманитарных факультетов - 50 человек.

Научная новизна исследования состоит в том, что 1) получен набор категорий, отражающих феноменологию восприятия текста; 2) предложена модель восприятия текста, включающая когнитивный, конативный и аффективный компоненты; 3), изучены общие семантические характеристики

образа содержания текста при его восприятии реципиентом и специфические семантические характеристики образа содержания разных групп текстов; 4) выявлены различия в восприятии текста лицами, включенными в разные педагогические системы.

Теоретическое значение работы состоит в том, что на основе анализа работ лингвистов, психолингвистов и психологов выделены и описаны этапы исследования восприятия текста, представлены *психологический* и *лингвистический* подходы, в рамках которых рассмотрена проблема соотношения понятий восприятия и понимания текста, а также методы исследования текста.

Практическое значение исследования заключается в возможности использования полученных результатов в курсах «Психология рекламы», «Психолингвистика», «Психология речи». Разработана авторская программа и читается курс «Психология научной работы с текстом».

Положения, выносимые на защиту:

1. Осуществлено разведение феноменов восприятия и понимания применительно к текстам. Результатом восприятия текста является образ его содержания. Замещение текста его субъективным образом и определяет специфику восприятия текста в отличие от его понимания.
2. На основе теоретических положений и эмпирических данных реконструирована модель восприятия текста, включающая *когнитивный*, *конативный*, *аффективный* компоненты. Через *когнитивный* компонент восприятия текста реципиентом выявляется, в первую очередь, информационное поле содержания текста. *Конативный* компонент восприятия текста определяет возможность дальнейшей работы с текстом, использования полученной информации. *Аффективный* компонент восприятия текста показывает степень привлекательности текста для реципиента, его субъективное отношение к содержанию текста
3. На основе полученных эмпирических данных определены три стратегии восприятия текста, состоящие в выборе уровня обобщенности: восприятие целого, восприятие части целого, восприятие единичной составляющей целого.
4. Выявлены привносимые реципиентом при восприятии текста семантические характеристики образа содержания текста. Существуют общие семантические характеристики образа содержания текста, а также специфичные характеристики образа содержания разных групп текстов: психологических, биологических, текстов по искусству, естественнонаучных и художественных.

Апробация результатов исследования осуществлялась в форме докладов и сообщений на заседаниях и аспирантских семинарах кафедры психологии Пермского государственного университета и Пермского государственного института искусства и культуры. Основные результаты работы были представлены в виде докладов на научной студенческо-аспирантской конференции «Актуальные проблемы философии, социологии и политологии,

экономики и психологии» (Пермь, 1998), международной молодежной научно-практической конференции «Визуальная культура XX века и проблемы современного образования» (Пермь, 1999), на международной научно-методической конференции «Университеты в формировании специалиста XXI века» (Пермь, 1999), межрегиональной научно-практической конференции «XVII Мерлинские чтения» (Пермь, 2002), на 3-ей российской конференции по экологической психологии (Москва, 2003), международной научно-методической конференции «Учебный процесс в современной высшей школе: содержательные, организационные и научно-методические проблемы» (Пермь, 2004), а также в материалах ежегодника Российского психологического общества (Ярославль, 1998), Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов «Психология XXI века» (Санкт-Петербург, 2002), Международной конференции, посвященной 60-летию воссоздания философского факультета в структуре МГУ им. М.В. Ломоносова (Москва, 2002).

Основное содержание работы отражено в 13 публикациях.

Объем и структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, общих выводов, списка литературы, содержащего 230 наименования, и 7 приложений. В работе содержится 29 таблиц и 14 рисунков

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обоснована актуальность проблемы, определены объект, предмет и методы исследования, сформулированы гипотезы, цель и задачи, обозначены положения, выносимые на защиту, раскрыты научная новизна, теоретическое и практическое значение работы.

В **первой главе** «Восприятие текста как психологическая проблема» представлен анализ определений текста и его свойств с точки зрения субъектности - объектности. Анализ позволил выделить два основных подхода к определению текста: *лингвистический* и *психологический*. Данные подходы выделяются как с точки зрения единиц анализа (В.А.Кирьянов, 1996), так и с точки зрения внутренней и процессуальной сторон текста (А-ИЛовиков, 1983). В *лингвистическом* подходе текст рассматривается как готовое, целое речевое произведение, как некоторая последовательность языковых средств (ААБрудный, 1986; ТМДридзе, 1984; ЛЛМурзин, 1991; Л.В.Сахарный, 1986). Текст изначально статичен и рассматривается как объект исследования. *Лингвистический* подход ориентирован на выявление таких характеристик текста, которые можно назвать внутритекстовыми, так как они описывают способы внутренней организации структуры текста: членимость, завершенность, целостность, связность (ААБрудный, ИР.Гальперин, ЛПДоблаев, ТМДридзе, ААЛеонтьев, Л.Н.Мурзин, А.И.Новиков). По мнению исследователей, для восприятия текста важными характеристиками являются связность и целостность, в которых проявляются формальные и содержательные признаки текста.

В рамках *психологического* подхода текст предстает как продукт динамической речемыслительной деятельности человека (ГААнтипов, ОАДонских, ИЮ.Марковина, ЮА.Сорокин, 1989; ЕР.Корниенко, 1996; НЛМухенишвили, ЮАДирейдер, 1997; НБГригорьев, 2002). Он создается непосредственно в ходе коммуникации, а не является чем-то заранее данным. *Психологический* подход ориентирован на выявление характеристик текста, идущих от субъекта восприятия: эмотивность, коммуникативная направленность, информативность (ЮАЖлуктенко, ЮА.Сорокин, ИЛСевбо, Е.Р.Корниенко, НЛ.Мухенишвили). Данные характеристики менее изучены исследователями.

Далее представлен обзор теоретических и эмпирических исследований, затрагивающих проблему восприятия текста, выделены этапы в истории исследования восприятия текста, дана их характеристика. В изучении проблемы восприятия текста выделены три этапа. *На первом этапе*, (20-30 гг. 20 века) восприятие рассматривалось как часть процесса чтения, и в рамках этого изучалась читательская деятельность: мотивы, цели чтения, выбор литературы и т.д. (СЛВальдгард, ПШуров, 1929; МНКуфаев, 1927; ЯВШафир, 1924, 1926). Этот этап также связывают с библиопсихологической теорией НАРубакина (1927). *На втором этапе* (40-80 гг. 20 века) особенности восприятия текста стали изучать, исходя из различий объекта чтения (вид, жанр литературы). Исследования носили комплексный характер, при этом большее внимание уделялось вопросам зависимости восприятия от особенностей художественного произведения: авторского замысла и его воплощения через лингвистические и психолингвистические средства (ОИНИкифорова, 1947, 1959, 1971; АМЛевидов, 1977; Л.ПЖабицкая, 1972; ЮА.Сорокин, 1973; ЛЛДоблаев, 1977; van Dijk, 1977, van Dijk & Kintsch, 1978; Rummelhart, 1975, 1977; Г.ССухобская, 1979; Н.Божко, 1979; ТМДридзе, 1980; НЛЖинкин, 1982). *На третьем этапе* (с 1980 гг.) главными задачами в исследованиях текста являются изучение основных закономерностей механизма восприятия текста, разработка модели восприятия текста, описание результата восприятия текста (ААЛеонтьев, 1979, 1997; НЛМухенишвили, ЮАШрейдер, 1997; Е.Р.Корниенко, 1996; МЛКорьгная, 1994, 1996; ВПБелянин, 1988, 2000; Г.Г.Граник, ЛА. Концевая, 1993,1996).

Анализ теоретических и эмпирических исследований позволил выделить методологические и методические проблемы восприятия текста. Во второй главе «Методологические и методические проблемы изучения восприятия текста» рассматриваются проблемы соотношения восприятия и понимания текста в рамках *лингвистического* и *психологического* подходов, представлены модели восприятия текста, а также методы исследования восприятия текста.

В рамках выделенных подходов различно решается одна из важных методологических проблем - проблема соотношения восприятия и понимания текста. При *лингвистическом* подходе (рис.1) понимание и восприятие рассматриваются как составляющие единого процесса (RGrimm, XEngetkamp, 1981, ИИРубо, 1988) или как соподчиненные процессы: понимание как

результат восприятия (З.И.Клычникова, 1975; ИАЗимняя, 1976; ТМДридее, 1980; Л.Г.Доблаев, 1982; ААЗалевская, 1990), как регулятор восприятия (ВААртемов, 1969; ОДКузьменко-Наумова, 1980; ГДЧистякова, 1985); восприятие как особый вид понимания, понимание как особый вид юсприятия (Б.В.Беляев, 1965).



Рисунок 1 Соотношение восприятия и понимания в рамках лингвистического подхода



Рисунок 2 Соотношение восприятия и понимания в рамках психологического подхода

При *психологическом* подходе (ААЛеонтьев, 1979; ЮАСорокин, 1988; НЛМухенишвили, ЮАШрейдер, 1997) восприятие и понимание рассматриваются как два равноправных процесса (рис.2). Восприятие текста рассматривается по аналогии с подходом к изучению восприятия вообще, когда в существовании, специфике и значащи этого класса психических явлений нет сомнений, а вопрос о его соотношении с другим психическим явлением - пониманием - оказывается не центральным, а периферическим.

Под влиянием идей А.Н. Леонтьева (1979) АА. Леонтьев определяет сущность восприятия текста через создание у реципиента образа его содержания (АА Леонтьев, 1979). Воспринимать окружающий предметный мир можно только при условии, что в нем есть что-то постоянное, опорные элементы, отображенные в сознании в виде образов «низшего» порядка - образов отдельных предметов и по сравнению с миром - константных. В тексте роль образов предметов выполняет образ содержания текста.

Таким образом, восприятие текста - самостоятельный процесс, результатом которого является субъективный образ текста, зависящий от реципиента. Понимание текста определяет полноту воспринятой информации и зависит от адекватности передачи авторского замысла При восприятии не столь важен вопрос об авторском замысле.

В настоящей работе рассматриваются модели восприятия текста: модель логики развертывания текста в плане его восприятия (Т.МДридзе, 1980) и модель восприятия текста как процесс формирования образа содержания текста (ААЛеонтьева, 1979). Т.М.Дридзе рассматривает текст как структуру, имеющую смысловые опоры, которые образуют «логико-фактологическую цепочку». При беглом прочтении данная цепочка «интуитивно выхватывается читателем из текста» (Т.МДридзе, 1980, с.85). Предложенная Т.МДридзе модель может быть рассмотрена в рамках ранее описанного *лингвистического* подхода В рамках *психологического* подхода рассматривается модель восприятия текста ААЛеонтьева, в которой представлен поэтапный синтез смыслового содержания текста на базе перцептивного анализа речевой цепи: от

опознания образов отдельных языковых единиц до формирования глобального образа содержания текста.

На основе позиции ААЛеонтьева была предложена гипотетическая модель восприятия текста, подвергнутая эмпирической проверке. Восприятие человека представляет собой единство чувственного и смыслового. Реципиент воспринимает текст, т.е. происходит процесс чувственного отражения его графической формы и первичного осмысления его содержания. Результатом этого процесса является перцептивное образование - образ содержания текста. Если рассматривать чтение как опосредованное общение, то в процессе восприятия текста можно выделить три компонента: *когнитивный*, *конативный* и *аффективный*. *Когнитивный* компонент восприятия текста связывают с отнесением объекта познания к некоторой категории. *Конативный* (поведенческий) компонент восприятия текста определяет возможность дальнейшей работы с текстом. *Аффективный* компонент восприятия текста показывает степень привлекательности текста для реципиента

В зависимости от того, "принял" или "не принял" реципиент данный текст, идет дальнейшая обработка текста или реципиент отказывается от работы с текстом. Имеет место переживание полученной информации в виде формирования и принятия образа содержания текста (З.И.Кльчникова, 1983). Образ как бы замещает текст. Вот это замещение текста его субъективным образом и определяет специфику восприятия текста и его отличие от понимания.

Далее представлены те методики, которые были использованы в исследованиях по изучению восприятия и понимания текста, рассмотренные с точки зрения ранее описанных подходов. В рамках *лингвистического* подхода выделены следующие методики: методика искусственного замедления чтения (Г.Г.Граник); методика индексирования (С.А. Сиротско-Сибирский, А.С. Штерн); методика сравнительного изучения восприятия отдельных слов, словосочетаний, художественных текстов (О.И.Никифорова); методика сведения текста к иерархии коммуникативных программ (Т.МДридзе, НИЖинкин), методика самопостановки вопроса к текстовому субъекту и текстовому предикату в проблемной ситуации (Л.П.Доблаев), методика восстановления пропусков в тексте (У.Тейлор, В.Л.Белянин). Методики, применяемые в исследованиях при *психологическом* подходе: методика классификации (Р.М.Фрумкина); методика восстановления текста по заголовку (Л.М.Корыгина); методика воссоздания авторского текста из фрагментов (А.А. Брудный); методика шкалирования текста (Ю.А.Сорокин).

В третьей главе «Результаты эмпирического исследования восприятия текста» представлена выборка, обозначены задачи исследования, описана процедура исследования и дана развернутая характеристика методов исследования и их обработки.

Задачей проведения методики свободной классификации является исследование и выявление субъективных признаков, с помощью которых реципиент устанавливает сходство или различие между текстами при

восприятии; а также принципы, по которым происходит объединение текстов в группы. Методика составления текста из отрывков дает возможность проследить особенности восприятия текста в зависимости от трехматричной структуры текста (начало, середина, конец). Методика шкалирования текста позволяет исследовать отношение реципиента к текстам, выявить специфику взаимодействия текста и реципиента.

При отборе стимульного материала учитывались следующие требования к текстам: тексты должны быть связными и целостными (восприятие отрывка будет иметь свои особенности), небольшими по объему и не отличаться между собой по степени сложности описания. Данным требованиям удовлетворяют тексты словарной статьи (научные и научно-популярные тексты). Во-первых, эти тексты небольшие по объему, целостные, имеют схожую структуру независимо от предмета описания. Во-вторых, эти тексты доступны разным группам читателей. Набор текстов, предложенных участникам исследования, состоял из 20 целостных авторских текстов, различающихся по функциональному стилю (художественные, научные, научно-популярные) и по предметным областям (психология, литература, искусство, религия, физика, математика, биология).

Исследование восприятия текста методом свободной классификации основывалось на выявлении и анализе смысловых единиц информации, касающейся восприятия текста, Участники исследования раскладывали тексты по группам и давали названия этим группам. Обработка полученных при классификации названий групп текстов проводилась методом контент-анализа. Контент-анализ как метод качественно-количественного анализа документов (Н.Н.Богомолова, Н.Г.Стефаненко, 1992; В.Ю.Хотинец, 2001) широко используется в современных психологических исследованиях содержания вербальных и невербальных текстов (А.Н.Алексеев, В.С.Дудченко, 1976; Ю.А.Аксенова, 2000; А.Ю.Бергфельд, 2002; О.И.Кильченко, 2001, 2002; Е.Б.Фирулева, 2002; М.С.Шевелева, 2002; Н.А.Шиленкова, 2003).

С целью выяснения обоснованности выделенных для анализа категорий была использована процедура экспертной оценки. Группе экспертов, состоявшей из 7 специалистов с высшим психологическим и филологическим образованием (доктор филол.наук, 2 кандидата психол-наук, 2 филолога-практика и 2 психолога-практика), был предложен список названий групп, данных участниками исследования, и кодировочная инструкция с описанием основания выделения категорий. Данные экспертной оценки, выраженные в коэффициенте согласия соотнесения эмпирических индикаторов с категориями экспертов и автора, показывают обоснованность и адекватность выделения категорий (от 84% до 100% в зависимости от категории).

При анализе названий групп, являющихся индикаторами категорий, были выделены 6 категорий контент-анализа (табл.1). Эти категории отражают феноменологию восприятия реципиентом текста и соответствуют авторской трехкомпонентной модели восприятия текста. Внутри каждой категории индикаторы распределены по трем подкатегориям: восприятие целого,

восприятие части целого, восприятие единичной составляющей целого, которые в свою очередь являются стратегиями восприятия текста реципиентами.

Таблица 1. Матрица категорий восприятия текста и их эмпирических индикаторов, полученных методом свободной классификации

КАТЕГОРИИ	подкатегории	индикаторы категорий
Предметная область	восприятие целого	Наука и техника, культура, гуманитарные науки, биология, химия, физика, математика, филология, литература, религия, искусство, психология, философия, культурология.
	восприятие части целого	Геометрия, история религии, ботаника, анатомия, литературоведение, художественная проза, теория литературы, лирика, живопись, графика, рисование, черчение.
	восприятие единичной составляющей целого	органы человека, организм человека, глаза, лицеваод, восприятие пространства, способности человека, чувства, эмоции, эмоциональная сфера, характеристики человеческих качеств, одаренность человека, об античных явлениях, молитва, рассказ о..., исторический факт, свет, фотоэффект.
Функциональный стиль	восприятие целого	Научный текст, научно-популярный текст, учебный текст, словарные тексты, художественный текст, публицистика
	восприятие части целого	Понятия химические понятия, понятия, которые нельзя просто объяснить, понятия с примерами, иллюстрирующими эти понятия, физические явления, Термины термины из области естественных наук, литературные термины, Определения: обширные определения, отвлеченные определения
	восприятие единичной составляющей целого	литературный эпизод, статья, очерк Значение слова, высказывание, отрывок рассказа
Приобретенная, имеющая духовную направленность	восприятие целого	Мудрость мира, народная мудрость
	восприятие части целого	Афоризм, пословицы, жизненный совет, мысли великих, философская мысль,
	восприятие единичной составляющей целого	напутствие
Приобретенная, имеющая практическую направленность	восприятие целого	Практический совет, рекомендация, указания к работе, практические советы, применение, руководство к действию
	восприятие части целого	Инструкция, алгоритм, практический текст, практическое пособие, практические занятия
	восприятие единичной составляющей целого	Обучение рисованию; техника рисунка; лабораторная работа, опыт; техника проведения

Продолжение таблицы 1

Человек и его отношение к миру	восприятие целого	Человек и жизнь, человек, о человеке, о боге
	восприятие части целого	Восприятие окружающего мира, вера в бога, мировоззрение
	восприятие единичной составляющей целого	Размышления о жизни и вечных ценностях, о внутренней жизни человека, философские размышления.
Человек и его отношение к тексту	восприятие целого	Чувствуем, но не видим, связано с логусторонними силами, скрытый смысл
	восприятие части целого	Особенный, интересный текст, умные мысли, добрая мысль, странные фразы, индивидуальный текст
	восприятие единичной составляющей целого	Интересно, полезно, интересно, но бесполезно, совершенно бесполезная информация, не для меня информация, нужная информация, понравился, не понравился.

Полученные в ходе исследования категории были отнесены к различным компонентам восприятия текста. Категории «предметная область» и «функциональный стиль» соответствуют *когнитивному* компоненту восприятия текста, индикаторы категории «приобретения, имеющие теоретическую и практическую значимость» описывают *конативный* компонент восприятия текста и, наконец, категории «человек и его отношение к миру», «человек и его отношение к тексту» репрезентируют *аффективный* компонент восприятия текста. Таким образом, в каждом из компонентов выделяются по две категории.

Анализ данных позволил выделить бинарность восприятия текста (табл.2).

Таблица 2. Признаки бинарности восприятия

Компоненты восприятия текста	Что представлено в тексте	Каким образом предмет описания представлен в тексте
Когнитивный	Предметная область	Функциональный стиль
Конативный	Приобретения, имеющие духовную направленность	Приобретения, имеющие практическую направленность
Аффективный	Человек и его отношение к миру	Человек и его отношение к тексту

Категория «предметная область», относящаяся к *когнитивному* компоненту восприятия текста, репрезентирована индикаторами, представляющими предмет описания текста. Категорию «приобретения, имеющие духовную направленность» (*конативный* компонент восприятия текста) репрезентируют индикаторы, представляющие прецедентные (фоновые) тексты, включающие универсальные знания. Категория «человек и его отношение к миру», относящаяся к *аффективному* компоненту восприятия текста, репрезентирована индикаторами, представляющими интегративные многоаспектные понятия. Таким образом, существует сходство в

представленных категориях. Данные категории репрезентированы индикаторами, отвечающими на вопрос «что?».

Бинарность проявляется и при рассмотрении трех других категорий. Категория «функциональный стиль», относящаяся к *когнитивному* компоненту восприятия текста, определяет языковую форму текста. Индикаторы категории «приобретения, имеющие практическую направленность», репрезентирующей *конативный* компонент восприятия текста, описывают способы использования полученных в тексте знаний. Индикаторы категории «человек и его отношение к тексту», являющейся одной из двух категорий *аффективного* компонента, описывают субъективное отношение реципиента к воспринимаемому тексту. Таким образом, данные три категории репрезентированы индикаторами, отвечающими на вопрос «как (каким образом)?».

Для решения задачи описания феноменологии восприятия текста реципиентом нами анализировалось соотношение компонентов модели восприятия текста. После проведения квантификации (сплошной подсчет) было представлено процентное соотношение категорий, исходя из компонентов восприятия текста: *когнитивный* компонент (81,5%), *конативный* компонент (11%), *аффективный* компонент (7,5%). Представленные данные показывают значимость *когнитивного* компонента восприятия текста. Таким образом, при восприятии текста реципиент обращает внимание на предметное содержание текста и определяет, исходя из внешних правил словесности, языковую форму.

Реципиент использует разные стратегии, проявляющиеся в выборе уровня обобщенности при восприятии текста. При сравнении представленности стратегий восприятия текста реципиентом (табл.3), в разных компонентах восприятия текста были получены следующие результаты.

Таблица 3. Представленность стратегий восприятия текста в разных компонентах восприятия текста(результаты представлены в процентах)

Стратегии восприятия текста реципиентом	Представленность стратегий в когнитивном компоненте восприятия текста	Представленность стратегий в конативном компоненте восприятия текста	Представленность стратегий в аффективном компоненте восприятия текста
Восприятие целого	67,3	40,8	32
Восприятие части целого	21,2	40,2	30
Восприятие единичной составляющей целого	11,5	19,0	38
итого	100 %	100 %	100 %

Высокий уровень значимых различий в представленности стратегий восприятия текста был получен в *когнитивном* компоненте восприятия текста. При восприятии текста происходит категоризация с высокой степенью обобщенности, участники исследования использовали в основном стратегию восприятия целого (67,3%, $\varphi=3,00$, $p\leq 0,001$). В *конативном* компоненте восприятия текста участниками исследования использовалась как стратегия

восприятия целого, так и стратегия восприятия части целого. *Аффективный* компонент восприятия текста представлен всеми тремя стратегиями.

Исследование *когнитивного* компонента восприятия текста.

Сравнительный анализ процентных долей выборок посредством Φ^* угловое преобразование Фишера показал значимые различия между категориями *когнитивного* компонента восприятия текста, полученными методом свободной классификации. В *когнитивном* компоненте восприятия текста большее количество индикаторов представлено в категории «предметная область» (75,8%, $p \leq 0,001$). Участниками исследования чаще всего назывались такие предметные области как психология, биология, физика. В категории «функциональный стиль» выделялись чаще художественные тексты, чем научные. Вместе с тем, научный стиль представлен в большей степени в подкатегории «восприятие части целого» признаками, характеризующими данный стиль. На текстовом уровне такая стилевая черта научной речи, как точность выражается в употреблении терминов, определений, понятий.

Выявлены различия между группами студентов и школьников. В категории «предметная область» частота встречаемости индикаторов в выборке школьников выше, чем в выборке студентов (56,1%, при $\Phi=1,75$, $p \leq 0,01$), а в категории «функциональный стиль», наоборот, частота встречаемости индикаторов в выборке студентов выше (63,9%, при $\Phi=4,00$, $p \leq 0,001$). Для студентов-филологов, филологов и математиков важным является определение функционального стиля при восприятии текста. Так, при выделении группы научных текстов студенты-филологи среди признаков научного стиля выделили «термины», философы и математики - «определения», биологи - «понятия». На выбор тех или иных названий индикаторов повлиял, возможно, опыт работы с текстами своей предметной области. Участники исследования оперировали терминами, принятыми в своей предметной области.

При обработке данных, полученных методом классификации (РМФрумкина, 1984; В.Ф.Летренко, 1997; ИГ.Овчинникова, 1998; ЕЮ.Артемяева, 1999; ОИ.Кильченко, 2003), используется матрица сходства объектов, показывающая количество групп, внутри которых два объекта встречались одновременно. Однако данный способ обработки не показывает, насколько текст определяется реципиентами как относящийся к определенной группе. Для решения данной задачи нами был разработан и введен коэффициент опознаваемости текста по критерию вхождения его в группу (K_o). Коэффициент находился по формуле: $K_o = m / p$, где K_o - коэффициент опознаваемости, m - количество текстов данной предметной группы, выделенных участником исследования; p - общее количество текстов данной группы. Всего было представлено в исследовании 5 групп текстов по 4 текста в каждом: психологические, художественные, тексты по искусству, естественнонаучные, биологические.

Анализ полученных данных позволяет выделить особенности *когнитивного* компонента восприятия текста. Высокий коэффициент опознаваемости имеют

художественные тексты. При восприятии идентифицируются *биологические* тексты, независимо от группы участников исследования. В группе *психологических* текстов выделяется текст «Восприятие пространства», предметом описания которого является психический процесс. Однако данный текст воспринимается реципиентами как текст по биологии или физике.

Исследование конативного компонента восприятия текста.

Категории «приобретения, имеющие духовную направленность» и «приобретения, имеющие практическую направленность», полученные при исследовании восприятия текста методом свободной классификации, репрезентируют *конативный* компонент восприятия текста. При этом преобладают индикаторы, представляющие категорию «приобретения, имеющие практическую направленность» (68,7%, $p \leq 0,001$).

При сравнении групп участников исследования по встречаемости категорий получены следующие результаты. Различия средней значимости получены в целом между группами школьников и студентов, при этом для выборки студентов значимы тексты, «имеющие практическую направленность» (57,4%, при $\varphi=2,11$, $p \leq 0,01$), для выборки школьников, наоборот, тексты, «имеющие духовную направленность» (58,7%, $\varphi=2,49$, $p \leq 0,01$). Эти результаты подтверждают положение о бинарности при восприятии текста, т.к. для студентов характерно восприятие того, **каким образом** можно данную в тексте информацию использовать в дальнейшем, тогда как для школьников важно то, **что** представлено в тексте и как данная в тексте информация соотносится с уже полученными знаниями.

Результаты, полученные посредством методики составления текстов из отрывков, позволили выявить особенности *конативного* компонента восприятия текста. Методика состоит в том, что целостный текст делится на относительно законченные смысловые части, которые предъявляются участнику исследования в случайной последовательности. Участники исследования составляют текст из отрывков и в бланке записывают номера отрывков по порядку. При исследовании *конативного* компонента восприятия текста важно было проследить соответствие между логикой восприятия текста реципиентом и структурой восстанавливаемого текста. По полученным данным была составлена таблица и гистограмма (рис.3).

Данные показывают, что восприятие текста происходит неравномерно в зависимости от позиции отрывка в тексте, а также от особенностей группы реципиентов. Так, например, первый отрывок по сравнению с отрывками, занимающими другие позиции, чаще соответствует исходному тексту, а середина в текстах, восстановленных участниками исследования, наиболее вариабельна

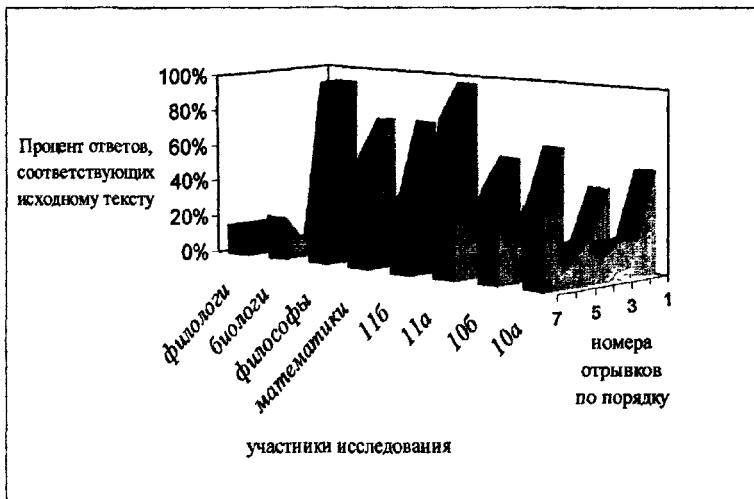


Рисунок 3. Особенности конативного компонента восприятия текста

Таким образом, подтвердилось положение о значимости начала текста. По мнению Ю.М.Лотмана (1970), начало текста является энергетически наиболее сильным, чем середина и конец текста. Оно создает особый настрой, влияющий на восприятие всего текста, тем более, что текст справочной статьи построен таким образом, что важная для реципиента информация о предмете описания дается в начале текста.

Специфические отличия в результатах по данной методике обнаружены в группах участников исследования, включенных в разные педагогические системы. Значимые различия в результатах, полученных в группе школьников по сравнению с группой студентов, касаются только начала текста ($\varphi=2,1$, $p\leq 0,01$ в первой позиции; $\varphi=3,8$, $p\leq 0,001$ во второй позиции). Эти различия можно объяснить как особенностями структуры самого текста, так и особенностями восприятия данных групп реципиентов. В связи с обработкой большого количества информации и для уменьшения временных затрат студенты часто пользуются справочными изданиями, основная информация в которых расположена в начале текста. Школьники чаще работают с учебными текстами, имеющими трехчастную структуру, т.е. в ней есть экспозиция, тело и постпозиция. Данная структура дает ощущение цельности изложения, т.к. построена по принципу описания «события» на основе когнитивно-семантической триады «Пресобытие - Эндособытие - Постсобытие» (ВЯШабес, 1989). Структура учебных текстов включает в себя постановку проблемы, развернутую аргументацию и выводы по параграфу. Для быстрого извлечения знания, представленного в тексте, для ответов на основные вопросы школьнику достаточно просмотреть начало и конец текста. Исходя из полученных данных, можно утверждать, что наличие рамок (начала и конца)

проявляется в процессе восприятия текста школьниками. Таким образом, полученные данные подтверждают выявленную ранее закономерность (ВЛБелянин, 1983; МЛКорытная, 1994, 1996): восприятие текста зависит от прошлого опыта, при восприятии текста учитывается его стилевая специфика.

Исследование *аффективного* компонента восприятия текста.

При исследовании восприятия текста методом свободной классификации были выделены категории «человек и его отношение к миру» и «человек и его отношение к тексту», репрезентирующие *аффективный* компонент восприятия текста. Сравнительный анализ частоты встречаемости категорий позволяет сделать вывод о большей представленности категории «человек и его отношение к миру» (**72%, при $\phi=6, p \leq 0,001$**), которая чаще всего описана через индикатор «человек, о человеке». В соответствии с положением о бинарности для школьников значимой является категория «человек и его отношение к миру» (**65,3%, при $\phi=4,42, p \leq 0,001$**), для студентов – «человек и его отношение к тексту» (**71,4%, при $\phi=6,28, p \leq 0,001$**). Таким образом, можно сделать вывод, что при восприятии текстов для студентов характерно восприятие того, **каким образом** реципиент относится к данной в тексте информации, т.е. его субъективная оценка, тогда как для школьников важно то, **что** за информация представлена в тексте и как она соотносится с интегративными многоаспектными понятиями («человек», «бог», «вера», «окружающий мир»).

Для изучения оценки текста реципиентом была использована методика шкалирования текста. Сначала были предложены ассоциативным методом 32 однополярные шкалы. Затем к ним были подобраны антонимы. После проведения пилотажного исследования были отобраны 15 шкал, по которым участникам исследования предлагалось оценить 20 текстов.

На основании сходства оценок по шкалам была построена корреляционная матрица. В обработке данных использовался коэффициент корреляции Пирсона. Полученная матрица была подвергнута агломеративному кластерному анализу по методу Ward's. В целом по выборке представлены умеренные корреляционные связи между оценками текстов по шкалам ($p < 0,01$). Однако корреляционный анализ данных в выборке по всем группам текстов показал наличие универсальных связей, присутствующих в каждой группе текстов (рис.4).



Рисунок 4. Общие характеристики образа содержания текста, проявляющиеся при его восприятии, и их взаимосвязь (связь прямая).

Полученные значимые шкапы измеряют общие характеристики образа содержания текста, проявляющиеся при восприятии его реципиентом.

Для всех групп текстов имеется связь оценок по шкалам «активный-пассивный» - «динамичный-статичный», и группы шкал «приятный-неприятный», «многоцветный-серый», «интересный-неинтересный», «близкий-далекий». Таким образом, можно говорить об общих характеристиках, по которым текст при его восприятии реципиентом оценивается независимо от функционального стиля и предмета описания.

Для каждой группы текстов были выявлены специфические характеристики образа содержания текста. Так, например, оценивая *помологические* тексты реципиенты при восприятии (рис.5) кроме общих характеристик образа содержания текста выделили специфические характеристики: «разнообразный-однообразный», «познавательный-непознавательный», «спокойный-агрессивный». Оценки по шкалам «познавательный-непознавательный» коррелируют с оценкой по шкале «интересный-неинтересный» ($r=0,47$, при $p<0,05$); «разнообразный-однообразный» и «спокойный-агрессивный» - с оценкой по шкале «приятный-неприятный» ($r=0,39$, $r=0,40$, при $p<0,05$, соответственно).

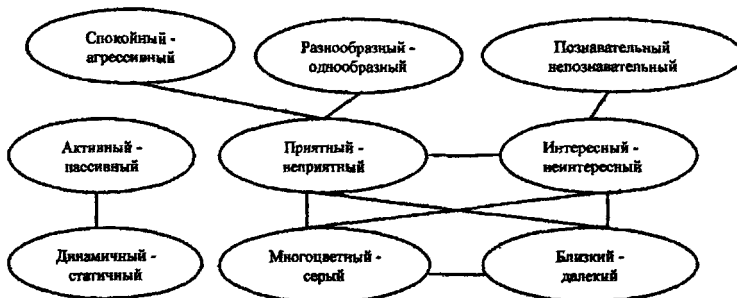


Рисунок 5. Характеристики содержания образа психологического текста, проявляющиеся при его восприятии, и их взаимосвязь.

Анализ корреляционных связей между оценками по шкалам других групп текстов выявил:

- разнообразие специфических характеристик образа содержания группы *биологических* текстов: «эмоциональный-рациональный» (корреляция с оценкой текста по шкалам «абстрактный-конкретный», «многоцветный-серый» $r=0,49$, $r=0,47$, при $p<0,05$, соответственно; и «психологический-непсихологический» $r=0,55$, при $p<0,01$), «уникальный-банальный» (корреляция с оценкой текста по шкалам «интересный-неинтересный» и «разнообразный-однообразный» $r=0,58$, $r=0,54$, при $p<0,01$, соответственно);

- сходство в специфичных характеристиках образа содержания текста при восприятии *биологических и естественнонаучных* текстов;
- специфичной характеристикой образа содержания текстов *по искусству* является «познавательный-непознавательный» (корреляции с оценкой текста по шкалам «интересный-неинтересный» и «приятный-неприятный» $r=0,51$, $p < 0,01$);
- специфичными характеристиками образа содержания *художественных* текстов оказались характеристики «близкий-далекий» (корреляции с оценкой по шкале «активный-пассивный» $r=0,43$, при $p < 0,05$), «эмоциональный-рациональный» и «психологический-непсихологический» (корреляции с оценкой по шкале «многоцветный-серый» $r=0,44$, $r=0,31$, при $p < 0,05$, соответственно)

На основе полученных корреляционных связей была проведена процедура кластеризации агломеративного типа, в результате которой было получено дерево кластеризации (дендрограмма), пространственно отображающее субъективную семантическую близость оценок образа содержания групп текстов по 15 шкалам. Анализ дендрограммы позволяет выявить два основания для выделения в группы (кластеры): 1. по принадлежности к группе текстов (например, художественные), 2. по определенной шкале, объединяющей оценки всех групп текстов (например, «спокойный-агрессивный»). Первое основание показывает специфику данной группы текстов при их восприятии, а второе - универсальность данной характеристики образа содержания текста при его восприятии независимо от предмета описания.

В целом совпадали оценки образа содержания текстов *естественнонаучной* и *биологической* группы, в то же время, они были связаны с оценками образа содержания текстов гуманитарного профиля по шкалам, характеризующим научный стиль («напряженный-расслабленный», **«абстрактный-конкретный»**). Аффективная оценка образа содержания *художественного* текста при его восприятии реципиентом близка оценке образа содержания текста *по искусству*. Следует заметить, что оценка образа содержания *психологического* текста при его восприятии в зависимости от шкалы совпадает с оценками образа содержания разных групп текстов. Так, например, оценка образа содержания по шкалам **«абстрактный-конкретный»**, «эмоциональный-рациональный», «<<познавательный-непознавательный>>», **«упорядоченный-хаотичный»** имеет сходство с оценками по данным шкалам образа содержания текстов *по искусству*, а оценка по шкалам «напряженный-расслабленный», «психологический-непсихологический» - с оценкой образа содержания *биологических, естественнонаучных* текстов.

При сопоставлении результатов изучения *аффективного* компонента восприятия текста (t-критерий Стьюдента) была выявлена значимая разница в оценках образа содержания текста школьников и студентов по шкале «эмоциональный-рациональный» по всем группам текстов. Студенты оценивают образ содержания научных текстов, учитывая их специфику, как

менее эмоциональный по сравнению со школьниками (*психологические* тексты $t=4,68$, $p<0.001$; *биологические* $t=2,56$, $p<0.01$; *естественнонаучные* $t=3,78$, $p<0.001$; тексты *по искусству* $t=3,97$, $p<0.001$). Но при этом образ содержания художественных текстов оценивается студентами как более эмоциональный ($T=-3,08$, $p<0.002$). Для школьников образ содержания *психологических* текстов более приятный, спокойный, разнообразный, но при этом менее познавательный, психологический, рациональный, напряженный, чем для студентов. При восприятии текстов *по искусству* школьники оценивают образ содержания данных текстов как близкий. По оценке студентов образ содержания *биологических* текстов активный, динамичный, упорядоченный и уникальный. Образ содержания *естественнонаучных* текстов по оценке студентов оказался более рациональным, менее спокойными и разнообразным, чем по оценке школьников. Оценивая образ содержания *художественных* текстов, школьники отмечают его как менее эмоциональный и более спокойный, по сравнению с оценкой студентов. Таким образом, разница в оценках образа содержания текстов при их восприятии школьниками и студентами проявляется в разном наборе шкал. Школьники дают более высокие оценки образу содержания текста по шкалам «близкий», «эмоциональный», «приятный», «спокойный», «разнообразный», а студенты – по шкалам «активный», «динамичный», «упорядоченный», «уникальный», «рациональный».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

1. На основании теоретических положений и эмпирических данных предложена трехкомпонентная модель восприятия текста, в структуру которой входят *когнитивный*, *конативный* и *аффективный* компоненты восприятия текста. В рамках *когнитивного* компонента восприятия текста реципиентом выявляется информационное содержание текста: предметная область, предмет описания, функциональный стиль. В рамках *конативного* компонента восприятия текста реципиент решает вопрос о дальнейшем использовании данной в тексте информации. В *аффективном* компоненте восприятия текста выявляется отношение реципиента к тексту и субъектная принадлежность предмета описания к общим ценностям.

2. Для восприятия текста характерна бинарность. Каждый компонент восприятия текста предполагает 2 составляющие. В *когнитивном* компоненте текст воспринимается как носитель информации, имеющий предмет описания и способ подачи информации. *Конативный* компонент восприятия текста включает в себя оценку возможности использования данной информации как в практической, так и теоретической деятельности. В *аффективном* компоненте восприятия текста реципиент оценивает текст через свое отношение к нему и соответствие представленной в тексте информации с системой общечеловеческих ценностей. Таким образом, при восприятии текста реципиент получает ответы на два вопроса: что и как (каким образом)?

3. Реципиент воспринимает текст как определенную последовательность, имеющую начало, середину и конец. Структура текста влияет на восприятие самого текста. Данная закономерность исследована на тексте справочной статьи. Восприятие меняется на протяжении всего текста: от четкого представления о том, что должно находиться в начале текста, отсутствия ожиданий в середине текста и до неясного представления о том, как должен текст завершиться. Подтверждена особая роль начала текста при восприятии: экспозиционные элементы коммуникативно более важны, чем постпозиционные. Начало текста справочной статьи, как правило, является наиболее информативным.

4. Реципиенты используют три стратегии, различающиеся по уровню обобщенности при восприятии текста: восприятие целого, восприятие части целого, восприятие отдельной составляющей целого. Стратегиям восприятия соответствует целостная система характеристик.

Стратегия восприятия целого характеризуется высокой степенью обобщенности, соотносительностью знания, представленного в тексте, с системой универсальных знаний, слабой выраженностью субъективной оценки текста (большей объективностью при оценке текста).

Стратегия восприятия части целого характеризуется средней степенью обобщенности, использованием понятий, являющихся одним из аспектов системы универсальных знаний, а также иррациональной оценкой текста при его восприятии.

Стратегия восприятия отдельной составляющей целого характеризуется малой степенью обобщенности, использованием конкретных понятий, подчеркиванием значимости представленных в тексте знаний для данного реципиента, рациональной оценкой текста с точки зрения его дальнейшего использования.

5. В эмпирическом исследовании получены характеристики образа содержания текста, привносимые реципиентом при его восприятии. Выявлены общие семантические характеристики образа содержания текста, не зависящие от функционального стиля и предмета описания: активный-пассивный, динамичный-статичный, приятный-неприятный, многоцветный-серый, интересный-неинтересный, близкий-далекый.

Для каждой группы текстов выявлены специфические семантические характеристики образа содержания текста. Для *психологических* текстов такими характеристиками стали «познавательный-непознавательный», «разнообразный-однообразный», «спокойный-агрессивный», для текстов *по искусству* — «познавательный-непознавательный». Образы содержания *биологических* и *естественнонаучных* текстов приписываются реципиентом такие семантические характеристики как «психологический-непсихологический», «эмоциональный-рациональный», «уникальный-банальный» «познавательный-непознавательный» и различаются характеристиками «разнообразный-однообразный>>, «абстрактный-конкретный» (биологические тексты), «познавательный-непознавательный»

(естественнонаучные тексты). Специфичными семантическими характеристиками образа содержания *художественных* текстов являются «разнообразный-однообразный», «уникальный-банальный», «познавательный-непознавательный», «эмоциональный-рациональный», «психологический-непсихологический».

6. Установлены различия в восприятии текстов между группами студентов и школьников:

- Студенты обращают внимание на форму подачи информации (категория «функциональный стиль»), практическое ее использование (категория «приобретения, имеющие практическое значение»), дают когнитивную, прагматическую оценку тексту (категория «человек и его отношение к тексту»).
- Школьники при восприятии текста, в первую очередь, обращают внимание на предмет описания (категория «предметная область»), его связь с универсальными знаниями (категория «приобретения, имеющие духовную направленность»), наиболее общими категориями (категория «человек и его отношение к миру»).

По материалам диссертации опубликованы следующие работы:

1. *Ширинкина Л.В.* Восприятие текста как процесс // Ежегодник Российского психологического общества. «Психология и практика». - Т.4 — Вып.1 - Ярославль, 1998-С198-199
2. *Ширинкина Л.В.* Восприятие психологического текста // Актуальные проблемы философии, социологии и политологии, экономики и психологии: Материалы научной студенческо-аспирантской конференции (апрель 1998)/ Перм.ун-т. - Пермь, 1998. - Вып.1 - С.76-78
3. *Ширинкина Л.В.* Психология научной работы с текстом // Актуальные проблемы философии, социологии и политологии, экономики и психологии: Материалы научной студенческо-аспирантской конференции (апрель 1999)/ Перм.ун-т.-Пермь, 1999.- Вып3-С. 126-127.
4. *Ширинкина Л.В.* Исследование восприятия научного психологического текста // Университеты в формировании специалиста 21 века: Тезисы докладов Международной научно- методической конференции (Пермь, Перм.ун-т, 24-28 мая 1999 г.у Перм.ун-т. - Пермь, 1999. - Т.П. Проблемы профессионального высшего образования на рубеже XX - XXI вв. — С.162-163.
5. *Ширинкина Л.В.* Образ текста как результат его восприятия // Визуальная культура 20 века и проблемы современного образования: материалы Международной молодежной научно-практической конференции. Пермь, 1999.-С320-321
6. The system of training students to work **with** text // Education management in modern dynamic environment The annual international scientific - practical conference. Perm, February 9-10.2001. p.45-46.
7. *Ширинкина Л.В.* Методы восприятия текста // Актуальные проблемы философии, социологии и политологии, экономики и психологии:

Материалы юбилейной научной студенческо-аспирантской конференции (апрель 2001)/Перм.ун-т. - Пермь, 2001. - Вып.4 - С. 138-141

8. *Ширинкина Л.В.* Модель восприятия текста // Человек — культура - общество. Актуальные проблемы философских, политологических и религиозно-ведческих исследований (Том 4). М.: Изд-во «Современные тетради», 2001 - С.87-88.
- 9- *Ширинкина Л.В.* Восприятие текста из справочной литературы // Психология XXI века: Тезисы международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. - СПб., 2002. - С.365-366
10. *Ширинкина Л.В.* Когнитивный компонент восприятия текста // 3-я Российская конференция по экологической психологии: Тезисы. М.: психологический институт РАО, 2003. - С.197-199.
11. *Ширинкина Л.В.* Особенности восприятия текста студентами // Международная научно-методическая конференция «Учебный процесс в современной высшей школе: содержательные, организационные и научно-методические проблемы»: Тезисы. Пермь, 2004 - С.270-271.
12. *Левченко КВ., Ширинкина Л.В.* Восприятие текста как психологическая проблема // Стереотипность и творчество в тексте: Межвуз.сб.науч.трудов. Перм.ун-т. - Пермь, 2003. - Вып.6. - С.32-48
13. Психология научной работы с текстом: Программа курса /Перм.ун-т; Сост. Л.В. Ширинкина/Под ред. Е.В. Левченко. -Пермь, 2003. - 12с.

№ 17798

РНБ Русский фонд

2005-4

12384

Подписано в печать «22» сентября 2004. Формат 60x84/16. Бум. офс.
Усл. печ. л. 1,4. Тираж 150 экз. Заказ № 237.

Отпечатано на ризографе в ООО «Полиграф-комплекс»,
614990, Пермь, ул. Генкеля, 4