

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТНАЯ СИСТЕМА

ВААЛ-2000

Руководство пользователя



Москва, 2000 г.

СОДЕРЖАНИЕ

О СИСТЕМЕ ВААЛ.....	5
ОБЛАСТИ ВОЗМОЖНОГО ПРИМЕНЕНИЯ	5
СИСТЕМА ПОЗВОЛЯЕТ	5
ПОЛЬЗОВАТЕЛИ СИСТЕМЫ ВААЛ.....	6
ИСТОРИЯ СИСТЕМЫ ВААЛ.....	6
ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ.....	9
РЕАЛИЗАЦИЯ.....	10
УСТАНОВКА СИСТЕМЫ	10
ПОДКЛЮЧЕНИЕ СИСТЕМЫ К MICROSOFT WORD 97/2000 FOR WINDOWS.....	10
ШРИФТЫ.....	10
ПРОВЕРКА ЭЛЕКТРОННОГО КЛЮЧА	10
ФОНОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.....	11
ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СЛОВ	14
<i>Монополярные шкалы (оценка слова)</i>	15
<i>Биполярные шкалы (оценка слова)</i>	16
ГЕНЕРАЦИЯ ПСЕВДОСЛОВ	17
<i>Выбор характеристик</i>	18
ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ ТЕКСТОВ	19
<i>Биполярные и монополярные шкалы (оценка текста)</i>	21
<i>Профиль оценок текста</i>	22
<i>Звуко-цветовые оценки текста</i>	23
КОРРЕКЦИЯ ТЕКСТА.....	24
<i>Выбор характеристик</i>	24
<i>Выбор порога оценок плохих слов</i>	27
<i>Окно коррекции текста</i>	27
КОНСТРУКТОР НОВЫХ ШКАЛ.....	28
КОНТЕНТ-АНАЛИЗ.....	30
ИЗ ИСТОРИИ МЕТОДА КОНТЕНТ-АНАЛИЗА.....	31
СОЗДАНИЕ СЛОВАРЯ.....	35
ФОРМИРОВАНИЕ КАТЕГОРИЙ	38
<i>Простые категории</i>	38
<i>Сложные категории</i>	41
ВСТРОЕННЫЕ КАТЕГОРИИ	43
КОНФИГУРАЦИЯ КАТЕГОРИЙ.....	43
КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ТЕКСТА.....	45
<i>Нагрузка на категории</i>	46
<i>Профили категорий</i>	48
<i>Связи категорий</i>	50
<i>Визуализация</i>	51
<i>Факторный анализ (контент-анализ)</i>	53
<i>Эмоционально-лексические оценки</i>	54
КОНТЕКСТНЫЙ КОНТЕНТ-АНАЛИЗ.....	57
<i>Контекстная категория</i>	57
<i>Ассоциативные связи</i>	58
<i>Нагрузка на категории (контекстный контент-анализ)</i>	60
<i>Эмоционально-лексические оценки (контекстный контент-анализ)</i>	61

<i>Фоносемантические оценки (контекстный контент-анализ)</i>	62
АВТОМАТИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЗАЦИЯ	62
МАРКИРОВАНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ	64
МАРКИРОВАНИЕ СЛОВ КАТЕГОРИИ	65
ПРОТОКОЛЫ И ТЕКСТОВЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ	66
ЖАНРЫ	67
ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ	68
АВТОРЫ	69
ПРИЛОЖЕНИЯ	71
МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИСТЕМЫ ВААЛ-2000	71
<i>ОБЩИЕ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ</i>	71
<i>ОБЩИЙ КОНТЕНТ-АНАЛИЗ</i>	73
Выделение категорий «темы текста»	74
Содержание стандартных категорий ВААЛ.....	76
<i>ЭТАПЫ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА С ПОМОЩЬЮ ВААЛ</i>	77
<i>ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА</i>	79
Определение искренности автора, т.е. соответствие текста заявляемым или приписываемым задачам	80
Соответствие текста заявляемым задачам коммуникации	80
Коммуникативная эффективность текста	81
Эмоциональная эффективность текста	81
Корреспондирование категорий ВААЛ с семантическими примитивами А.Вежбицкой.....	82
РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЕ СИСТЕМЫ	84
<i>Анализ лексики как способ диагностики ведущей репрезентативной системы</i>	85
<i>Пояснения к субгруппам репрезентирующих слов</i>	86
<i>О словах движения и пространства</i>	86
<i>Несколько общих замечаний</i>	87
<i>Использование анализа репрезентации в моделировании коммуникации</i>	88
ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ	91
<i>Конкретные приемы практического использования системы ВААЛ</i>	91
ОБЩАЯ СТРУКТУРА МОТИВАЦИИ	97
КАТЕГОРИИ СТРУКТУР МОТИВАЦИИ	97
ОПИСАНИЕ ВСТРОЕННЫХ КАТЕГОРИЙ	103
<i>Акцентуации</i>	103
<i>Паранойяльные личности</i>	104
<i>Возбудимые личности</i>	104
<i>Демонстративные личности</i>	105
<i>Депрессивные личности</i>	106
<i>Гипертимичные личности</i>	107
<i>Каналы восприятия (Репрезентативные системы)</i>	108
<i>Психоаналитическая символика</i>	111
<i>Мужская и женская сексуальная символика</i>	112
<i>Агрессивно окрашенная лексика</i>	112
<i>Архетипически значимая лексика</i>	113
<i>Позитивно и негативно окрашенная лексика</i>	115
<i>Символика жизни и смерти</i>	115

<i>Мотивационные категории</i>	116
Мотивационный анализ	116
Влияние выраженности и констелляции мотивов	118
<i>Метапрограммы</i>	119
Время	119
Свой-чужой	120
Пространство	120
Движение.....	121
Сравнение и логические операции	121
Организация событий.....	122
Информация.....	122
Центр внимания	123

О СИСТЕМЕ ВААЛ

Естественный язык - одно из сильнейших средств воздействия на людей. Психологические теории новой волны рассматривают его как средство программирования поведения людей. Для эффективного воздействия на большие массы людей важны не только и не столько логичность и аргументированность в употреблении языка, а скорее эмоциональное и подсознательное воздействие на слушателя или читателя. Ибо через формирование такого отношения к сказанному можно быстрее всего добиться его приятия или неприятия. При этом наиболее важны неявные каналы воздействия.

Важно уметь предсказать эффект воздействия на аудиторию статьи, листовки, устного выступления до того, как они будут растиражированы в миллионах экземпляров или прозвучат по радио и телевидению на всю страну.

Система **ВААЛ**, работа над которой ведется с 1992 года, позволяет прогнозировать эффект неосознаваемого воздействия текстов на массовую аудиторию, анализировать тексты с точки зрения такого воздействия составлять тексты с заданным вектором воздействия и выявлять личностно-психологические качества авторов текста.

Области возможного применения

- ❑ составление текстов выступлений с заранее заданными характеристиками воздействия на потенциальную аудиторию;
- ❑ активное формирование эмоционального отношения к политическому деятелю со стороны различных социальных групп;
- ❑ составление эмоционально окрашенных рекламных статей;
- ❑ поиск наиболее удачных названий и торговых марок;
- ❑ психо- и гипнотерапия;
- ❑ неявное психологическое тестирование и экспресс-диагностика;
- ❑ создание легких в усвоении учебных материалов;
- ❑ научные исследования в области психолингвистики и смежных с нею дисциплинах;
- ❑ журналистика и другие сферы деятельности, использующие в качестве инструмента СЛОВО;
- ❑ социологические и социолингвистические исследования;
- ❑ информационные войны;
- ❑ контент-анализ текстов;
- ❑ мониторинг СМИ.

Система позволяет

- оценивать неосознаваемое эмоциональное воздействие фонетической структуры текстов и отдельных слов на подсознание человека;
- генерировать слова с заданными фоносемантическими характеристиками;
- задавать характеристики желаемого воздействия и целенаправленно редактировать тексты для достижения указанных характеристик;
- корректировать текст по выбранным параметрам с использованием словаря синонимов на 5 тыс. синонимических рядов из 25 тыс. слов;
- настраиваться на различные социальные и профессиональные группы людей, которые могут быть выделены по используемой ими лексике;
- оценивать звуко-цветовые характеристики текстов;
- самому пользователю задавать дополнительные новые фоносемантические шкалы, расширяя систему в нужном для него направлении;
- производить факторный анализ данных с последующей визуализацией результатов;
- осуществлять полноценный контент-анализ текста по большому числу специально составленных встроенных категорий и категорий, задаваемых самим пользователем;
- производить эмоционально-лексический анализ текстов;
- осуществлять контекстный контент-анализ текстов;
- производить автоматическую категоризацию текстов.

Пользователи системы ВААЛ

В настоящее время пользователями системы являются ряд крупных банков, рекламных компаний, издательских компаний, газет, коммерческих фирм. Она нашла успешное применение при проведении кампаний по выборам депутатов Государственной Думы 1993, 1995 и 1999 годов, выборов Президента России в 1996 году. Также систему ВААЛ используют в исследовательских целях психологи, психотерапевты, лингвисты, практики НЛП. Во многом возможности ее практического применения ограничены лишь богатством фантазии людей.

Дополнительную информацию о системе ВААЛ Вы можете получить в Интернете на сайте <http://www.logic.ru/~shalack>.

История системы ВААЛ

Работа над системой ВААЛ началась в 1992 году. Основная движущая идея заключалась в том, чтобы наделить текстовые процессоры новыми функциями, которые позволяют оценивать и редактировать то, что стоит “по другую сторону текста” – его психологические характеристики. Эти характеристики не осознаются автором, но играют не менее важную роль в восприятии и воздействии текста, чем осознаваемые. В качестве источников необходимой информации предполагалось

использовать труды по фоносемантике, психолингвистике, психиатрической лингвистике, НЛП, контент-анализу.

Первая версия системы **ВААЛ** работала с текстовыми файлами, задаваемыми в командной строке. Отчет об анализе генерировался и сохранялся в отдельном файле. Все функции сводились к фоносемантическому анализу текста.

Вторая версия системы была написана с использованием библиотеки **Turbo-Visual** и представляла из себя простой текстовый редактор. Отличительной особенностью этой версии являлся ее диалоговый режим работы. Система позволяла оценивать фоносемантическое воздействие слов и текстов и оценивать нагрузку на сенсорные каналы восприятия информации. Кроме этого она выдавала рекомендации по изменению текстов для достижения требуемого эффекта воздействия.

Третья версия системы **ВААЛ** привлекла внимание потенциальных пользователей, которые сочли ее достаточно хорошей для того, чтобы начать покупать. Это все еще был текстовый редактор, работавший под управлением **DOS**, но уже содержавший достаточно богатый набор специальных функций для работы с текстом. Он позволял:

- оценивать слова с точки зрения их фоносемантического воздействия на человека;
- оценивать фоносемантическое воздействие текстов;
- задавать желаемые фоносемантические характеристики текстов и редактировать их в диалоговом режиме с использованием словаря синонимов;
- производить лексический анализ текстов, оценивая нагрузку на сенсорные каналы восприятия информации;
- настраиваться на лексически определенные группы людей посредством анализа характерных для них текстов.

Третью версию системы начали приобретать и использовать политологи, рекламисты, психотерапевты, НЛПисты, депутаты, представители структур власти. Система была впервые представлена широкой публике на выставке "**Пресса-93**".

Четвертая версия системы известна лишь немногим. Она мало чем отличалась от третьей по своим функциям, но работала уже под управлением операционной системы **Windows**. Написана она была на языке **Borland Pascal for Windows** и имела относительно маленький размер.

Именно с этой версии системы **ВААЛ** было принято решение отказаться от написания собственного редактора и начать развивать систему как расширение функций наиболее популярного текстового процессора **Word for Windows**. Это решение было весьма удачным, так как резко расширило круг потенциальных пользователей. Им не нужно было переучиваться на работу с новым продуктом, они продолжали работать в хорошо знакомой среде, но получали в свое

распоряжение ряд новых полезных функций. Мы же в свою очередь освободились от необходимости реализовывать весьма полезные, но, с нашей точки зрения, весьма скучные функции обычного редактирования текстов (пусть лучше этим занимается **Microsoft**).

Из новых функций в четвертой версии появилась оценка архетипичности и агрессивности текста.

Пятая версия системы **ВААЛ** продержалась довольно долго. Для экономии усилий при разработке интерфейса системы был совершен переход на использование среды визуального программирования **Delphi**. Теперь все основные усилия направлялись именно на развитие специальных функций системы. Были добавлены функции для оценки сексуальных характеристик текста и связей между лексическими категориями.

В модуле фоносемантической оценки были добавлены монополярные шкалы.

Шестая версия системы побила рекорды популярности, установленные ее предшественницами. В связи с появлением 32-разрядной операционной системы **Windows-95** и такого же **Microsoft Word 7** пришлось поддерживать сразу два варианта **ВААЛ-6**. Один из них был 16-разрядным, а другой – 32-разрядным.

Во время создания этой версии произошло знакомство с **Беляниным В.П.** Его работы по психиатрическому литературоведению допускали определенную алгоритмизацию. В системе появилась возможность определять психологическую акцентуацию автора текста.

Фоносемантический анализ текста стал гораздо более полным и тонким.

Круг пользователей расширился. Дополнительно ими становились журналисты, подразделений по связям с общественностью различных банков и крупных компаний. Продолжался расширяться круг пользователей системы **ВААЛ** и в среде депутатов различных уровней.

В феврале 1999 года была завершена подготовка седьмой версии системы, которая стала называться **ВААЛ-99**. Приближались очередные думские и президентские выборы. Новая версия системы была представлена на ряде семинаров по НЛП, выставках и конференциях, посвященных избирательным технологиям.

В системе **ВААЛ-99** была несколько изменена ее внутренняя идеология. Прежде всего система стала модульной. Теперь пользователь уже не был обязан приобретать всю систему целиком, а мог выбрать лишь те модули, которые ему действительно нужны в работе. Также пользователь получал возможность изменять и расширять систему в нужном ему самому направлении - появился конструктор фоносемантических шкал. По просьбе рекламистов был добавлен генератор псевдослов русского языка, обладающих заданным эмоциональным воздействием. Этот модуль стал применяться для создания новых торговых марок. Появилась возможность сохранять результаты оценок для последующей математической обработки путем факторного анализа с его визуализацией. По просьбе

пользователей был добавлен ряд модулей для осуществления всестороннего контент-анализа текста. Модули маркирования категорий позволили реализовать в системе известный из НЛП метод вставленных сообщений.

К работе над системой подключился Михаил **Дымшиц**. Благодаря ему появилась возможность определять метапрограммы, заложенные в тексты. Количество встроенных категорий превысило 70.

ВААЛ-99 активно использовался во время парламентских выборов 1999 года практически всеми политическими партиями и многими депутатами-одномандатниками.

В феврале 2000 года была завершена подготовка последней версии системы, которая стала называться ВААЛ-2000.

Популяризация системы

На протяжении всего времени существования системы ВААЛ росла ее популярность. Расширялся круг пользователей, в Интернете по адресу <http://www.logic.ru/~shalack> был создан сайт, в центральной прессе появлялись статьи. Некоторые из известных нам публикаций о системе **ВААЛ** и ее применении приводятся в следующем списке:

- ✧ "Баунти против Зюганова", Е.Деева, "Московский комсомолец", 10.12.1995.
- ✧ "Как ваше слово отзовется", О.Карпинская, "Рекламный мир", 8 (47) сентябрь 1996.
- ✧ "У слова есть вкус, цвет и даже запах", Ю.Нехорошева, "Новая газета", 7.07.1997.
- ✧ "'Слово не воробей: зомбануть может!", В.Чижов, "Рекламные технологии", 6 (11) декабрь 1998.
- ✧ Литвинова А., Литвинов С. "Сколько весит слово?" - М.: РИП-Холдинг, 1998. В шестой главе книги авторы делятся опытом использования системы ВААЛ в рекламе.
- ✧ "Психолингвистическая система «ВААЛ»", Валерий Давыдов, "PCWeek", 13-26 июля 1999.

На конференциях по рекламе и PR люди делились опытом применения системы в различных кампаниях. Появились первые дипломы и диссертации, авторы которых сослались на использование системы ВААЛ.

Весной 1997 и 1998 годов в ГАУ им.С.Орджоникидзе для студентов, специализирующихся по связям с общественностью, читались спецкурсы по компьютерным психотехнологиям. Часть этих спецкурсов была посвящена работе с системой **ВААЛ**. Проводились практические занятия в компьютерном классе, готовились курсовые работы. Такой же курс читался в **ИНЭБИ**.

Ознакомительные лекции были прочитаны в АНХ им. В.Плеханова.

Реализация

Система реализована в виде набора DLL-библиотек, которые подключаются к наиболее популярному текстовому процессору *Word for Windows*. Просто в главном меню появляется новый пункт. Такой способ реализации позволяет сохранить для пользователя привычную удобную среду создания документов и максимально облегчает освоение системы **ВААЛ**.

УСТАНОВКА СИСТЕМЫ

Для работы в *Windows NT* предварительно должны быть установлены драйверы. Скопируйте с дискеты содержимое директории **NT** на жесткий диск, прочитайте инструкции в файле **Instdrv.txt** и следуйте указаниям.

Для установки системы **ВААЛ-2000** подключите электронный ключ к одному из параллельных портов, вставьте в дисковод CD-диск и запустите из директории, в которой находится система **ВААЛ-2000**, программу **SETUP.EXE**.

Подключение системы к Microsoft Word 97/2000 for Windows.

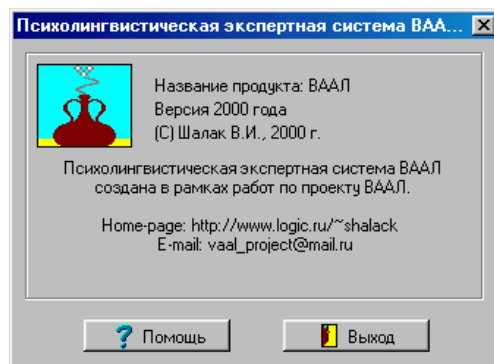
Запустите **WORD 97/2000**. В меню <Сервис> выберите строку <Шаблоны и Надстройки>. В появившемся диалоговом окне нажмите на кнопку <Добавить>. После этого найдите директорию, в которую была установлена система **ВААЛ-2000** и выберите файл **VAAL2000.DOT**. Нажмите <ОК>.

Шрифты

Если у Вас не установлен шрифт **MS Sans Serif**, то могут возникнуть небольшие проблемы с выводом текста в диалоговых окнах системы **ВААЛ-2000**. Если это произойдет, то обычным образом установите этот шрифт с дискеты.

Проверка электронного ключа

Всякий раз перед началом работы с системой рекомендуется убедиться в том, что электронный ключ работает нормально. Для этого следует выбрать пункт меню <О системе **ВААЛ-2000**>. Если изображение кувшина анимировано, то все в порядке. В противном случае рекомендуется выключить компьютер и плотнее вставить электронный ключ в разъем параллельного порта.



ФОНОСЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

В основе оценки эмоционального воздействия фонетики слова и текста на подсознание человека лежат результаты докторской диссертации **А.П.Журавлева**. Они нашли отражение в его книгах **Фонетическое значение**, ЛГУ, 1974 и **Звук и смысл**, М, 1981.

Всем известны звукоподражательные слова в языке. Их форма мотивирована значением. Это, например, такие слова как: кукушка, хрюкать, дребезжать и др. Они немногочисленны и не играют в языке серьезной роли. При более внимательном рассмотрении обнаруживается, что круг таких слов гораздо шире, чем принято полагать. Почти любое слово, называющее звук, так или иначе связано с этим звуком своей звуковой формой: свист, шелест, шорох, шепот, тишь, рык, рев, гул, журчание, треск, писк и т.д.

Все же, несмотря на то, что таких и производных от них слов в языке очень много, и роль их значительнее, чем обычно считают, сам по себе факт фонетической мотивированности был бы не особенно интересен, если бы касался только слов, называющих звук и подражающих ему.

Совершенно особый интерес представляет соответствие между значением слова и его звуковой формой, опирающееся на способность звука вызывать незвуковые представления. Эта способность объясняется изначальной ролью в жизни формировавшегося человека (и даже животного) предметов и явлений связанных с различными звуками. Например, раскаты грома, грохот извергающегося вулкана, завывание бури, шипение змей, рычание и рев хищных, опасных животных несомненно создавали отрицательную оценку низких, грохочущих или шипящих звуков; напротив, высокие, чистые, мелодичные звуки сопровождали безопасные явления - пение птиц, журчание ручья - и потому приобретали положительную оценку. Затем закрепившиеся в сознании или подсознании человека оценки могли быть перенесены на любые другие звуки. Это доказывается хотя бы существованием музыки, содержанием которой является целиком **значимость звуковой формы**, т.е. символическое значение звуков.

Кроме того психологам известны **синестетические** эффекты - скрытая связь звукового образа с незвуковым. На самом деле такая связь не ограничивается звуковыми стимулами. Давно замечено, что воздействие раздражителя одного типа

зачастую приводит к возникновению ощущения, характерного для раздражителей другого типа.

Существует две точки зрения на причины возникновения символики звуков речи. Первая получила название гипотезы **первичного звукосимволизма** и заключается в том, что символику звуков считают изначальной, первичной по отношению к условному значению, полагая, что она возникла под влиянием звуков природы.

В последнее время предложено иное решение, которое может быть названо гипотезой **вторичного звукосимволизма**. Согласно этой точке зрения символика звука является отсветом, который бросает условное значение слова на свою звуковую форму. Если случайно оказывается, что некоторый звук встречается в нескольких частотных словах со сходной семантикой, то эта семантика в сильно обобщенном виде проецируется на данный звук, и теперь уже звук, даже отдельно взятый, вызывает подсознательные ассоциации, связанные с семантикой слов.

Как и бывает обычно, истина лежит где-то посередине.

Как охарактеризовать фонетическое значение? Очевидно, что этого нельзя сделать путем сопоставления звукам языка того, на что они указывают. **Единственный возможный путь описания звуковой символики - перечисление оценочных признаков.** Именно так поступали буквально все исследователи звукосимволизма с древних времен.

Для оценки фоносемантического воздействия в системе ВААЛ вы можете использовать либо 20 шкал, представленных следующими прилагательными русского языка: **прекрасный, светлый, нежный, радостный, возвышенный, бодрый, яркий, сильный, стремительный, медлительный, тихий, суровый, минорный, печальный, темный, тяжелый, тоскливый, угрюмый, устрашающий, зловещий**, либо 24 шкалы, представленных парами антонимичных прилагательных русского языка: **хороший - плохой, красивый - отталкивающий, радостный - печальный, светлый - темный, легкий - тяжелый, безопасный - страшный, добрый - злой, простой - сложный, гладкий - шероховатый, округлый - угловатый, большой - маленький, грубый - нежный, мужественный - женственный, сильный - слабый, холодный - горячий, величественный - низменный, громкий - тихий, могучий - хилый, веселый - грустный, яркий - тусклый, подвижный - медлительный, быстрый - медленный, активный - пассивный.**

Всем звукам русского языка по этим шкалам сопоставлены оценки. Специальные формулы позволяют на основе этих оценок сопоставить оценки отдельным словам и целым текстам. Эти оценки не осознаются людьми, но особым образом поставленные эксперименты показывают, что воздействие на подсознание имеет место и что оно довольно сильное.

«Если звук оказался **большим**, то это значит только, что он вызывает в подсознании человека некоторое впечатление, синестетически или ассоциативно сходное с впечатлением от восприятия чего-то большого, объемистого... Другими словами этот признак указывает лишь на то, что впечатление от данного звука вызывает реакцию в той области подсознания, которая реагирует и на другие стимулы, реально допускающие применение данного признака.»

Допустим, даны названия двух озер - **Эвелоуп** и **Зиппег**. Опросы испытуемых показывают, что большинство на вопрос о возможной форме этих озер отвечают, что, по их мнению озеро Эвелоуп имеет округлую форму, а озеро Зиппег - угловатую, с изрезанными берегами. Данный пример ясно показывает, что такое воздействие фонетики слова на подсознание.

Несколько лет назад в **Известиях** была опубликована небольшая статья под названием **Для покупателя машины важны не только колеса, но и ее имя**. В ней рассказывалось о работе так называемых **Лабораторий имен**, которые существуют в крупных фирмах, занимающихся производством различных товаров. В статье приводится пример печального опыта Форда сорокалетней давности, когда он решил назвать новый автомобиль именем своего сына **Эдсел**. Новая, хорошая машина не пошла, она не пользовалась спросом, а ее название стало синонимом предпринимательской неудачи.

В этой же статье генеральный управляющий американского отделения **Ниссан** Эрл Хестерберг жалуется на то, что **невероятно трудно подыскать имя, которое было бы звучным, соответствовало сути изделия, не было вызывающим и никому не принадлежало**. Он добавляет, что дело это - дорогостоящее, требующее к тому же много времени. Расходы порой достигают **200 тысяч долларов**.

Известно, что японцы потратили несколько миллионов долларов на то, чтобы найти приятное для уха западноевропейца название, результат - **Сони**.

Было оценено большое количество специальных текстов - молитв, проповедей, заклинаний, заговоров, мантр, гипнотических формул, формул аутогенной тренировки, текстов Сытина, Кашпировского и др. Это позволило выявить устойчивые характеристики таких текстов. Целенаправленное использование этих характеристик позволяет составлять новые тексты с аналогичным воздействием.

Названия некоторых шкал в двух наборах несколько повторяют друг друга. Например, шкала **Сильный** в первом наборе и шкала **Сильный - Слабый** во втором наборе. Оценки по таким шкалам не идентичны. Они близки, но все-таки отличны друг от друга. В некоторых весьма редких случаях текст или слово может даже получить, например, небольшую положительную оценку по шкале **Сильный**, но отрицательную оценку по шкале **Сильный - Слабый**. Это не ошибка системы. Дело в том, что в процессе психометрических измерений фоносемантических

значений звуков русского языка испытуемые несколько по разному оценивают звуки в однополярных и в биполярных шкалах. Оценки близки, но не идентичны. Такова исследуемая предметная область.

Эмоциональное воздействие слов

Оценка эмоционального воздействия слов представлена в специальном диалоговом окне, которое появится, если Вы выберете в меню <ВААЛ-2000> пункт <Эмоциональная оценка слова>.

Диалоговое окно состоит из двух страниц, на которых помещены гистограммы оценок слова по **биполярным** и **монополярным** шкалам. Также окно содержит:

- строку ввода слов;
- кнопки: <Оценить>, <Синонимы>, <Заменить>, <Протокол>, <База данных>, <Помощь> и <Выход>;
- строку состояния.

Введите интересующее вас слово, отметив ударение символом * после ударной гласной. Например, слово **Эксперт** должно быть введено в виде **Экспе*рт**. При этом не имеет значения, заглавные или строчные буквы вы используете. После нажатия кнопки <Оценить> гистограмма оценок будет обновлена для введенного слова.

Щелкая указателем мыши на заголовках страниц <Биполярные шкалы> и <Монополярные шкалы>, вы можете переключаться с одних шкал на другие.

Строка состояния состоит из двух частей. В левой части указан текущий жанр, а в правой показана звуко-цветовая окраска слова.

Звуко-цветовая окраска слова представлена цветной полосой, в которую может входить до 6 цветов - желтый, зеленый, красный, синий, фиолетовый, коричневый. С гласными звуками русского языка люди ассоциируют цвета: **а,я** - красный; **о** - желтый; **э,е** - зеленый; **и,й** - синий; **у,ю** - темно-синий, лиловый, сиреневый; **ы** - темно-коричневый или черный.

При нажатии кнопки <Синонимы> система подбирает синонимы для данного слова.

При нажатии кнопки <Заменить> система заменяет слово, на которое указывает курсор, на слово, стоящее в строке ввода. Это удобно при редактировании текста.

Если вы хотите сохранить оценки слова в текстовый файл для последующего использования, то нажмите кнопку <Протокол>. В появившемся

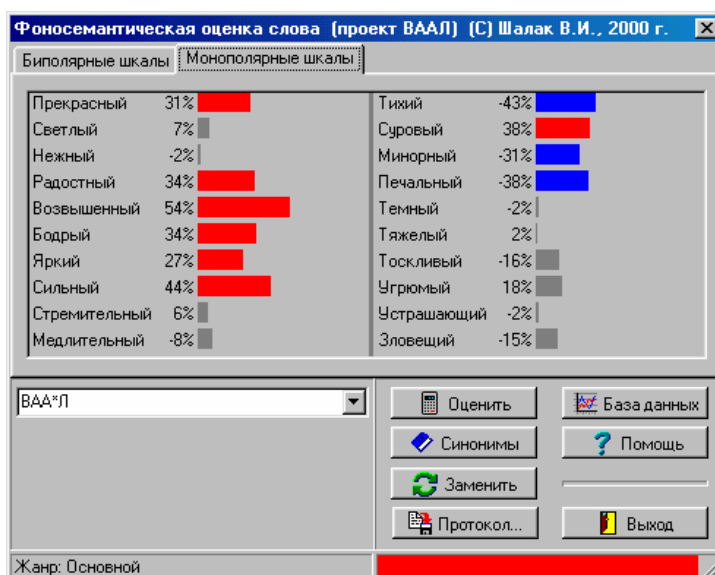
окне вам необходимо указать имя файла. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Для хранения протоколов по умолчанию используется специальная директория ...\\VAAL2000\\Protocol.

В ряде случаев возникает задача вторичной математической обработки результатов оценки слов. Для сохранения и накопления результатов оценки вы можете воспользоваться кнопкой **<База данных>**. При нажатии на нее вам будет предложено сохранить оценки слова в файле. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Накопив в одном файле оценки слов, вы можете затем их подвергнуть либо факторному анализу с использованием соответствующего модуля системы **ВААЛ-2000**, либо более изощренным видам анализа с использованием таких известных систем как **Statistica** и **SPSS**. Файлы данных хранятся в специальной директории ...\\VAAL2000\\Data. Система сохраняет данные по биполярным и монополярным шкалам в файлах с разными расширениями. Для биполярных шкал используется расширение ***.wbi** а для монополярных - ***.wmn**. Вам не нужно беспокоиться о правильном расширении файла. Система сделает это за Вас.

Монополярные шкалы (оценка слова)

При оценке слова по монополярным шкалам каждая шкала представлена с помощью прилагательного русского языка, числовой оценки от -100% до +100% и цветной полосы синего или красного цвета в зависимости от знака числовой оценки. Длина полосы пропорциональна абсолютной величине числовой оценки. Это позволяет наглядно изобразить распределение оценок по всем шкалам.

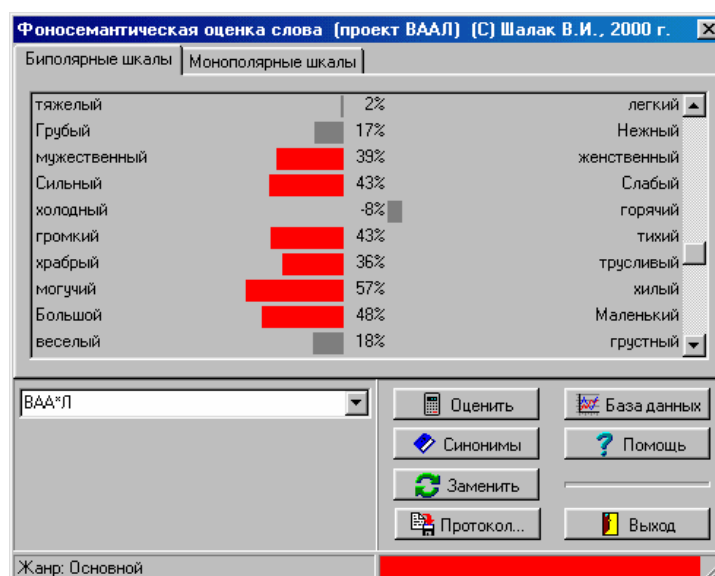
Всего используется 20 встроенных монополярных шкал: **прекрасный, светлый, нежный, радостный, возвышенный, бодрый, яркий, сильный, стремительный, медлительный, тихий, суровый, минорный, печальный, темный, тяжелый, тоскливый, угрюмый, устрашающий, зловещий**. Пользователь имеет возможность расширить это набор с помощью модуля конструктора новых шкал.



Если оценка по конкретной шкале положительна (красный цвет), то это означает, что соответствующий признак, представленный названием шкалы, выражен в фоносемантике слова. Если оценка отрицательна (синий цвет), соответствующий признак в фоносемантике слова подавлен. Если же оценка отличается от нейтральной в пределах погрешности измерений, то она представлена темно-серым цветом.

Биполярные шкалы (оценка слова)

При оценке слова по биполярным шкалам каждая шкала представлена с помощью пары антонимичных прилагательных русского языка, числовой оценки от -100% до +100% и цветной полосы синего или красного цвета. Длина полосы пропорциональна абсолютной величине числовой оценки.

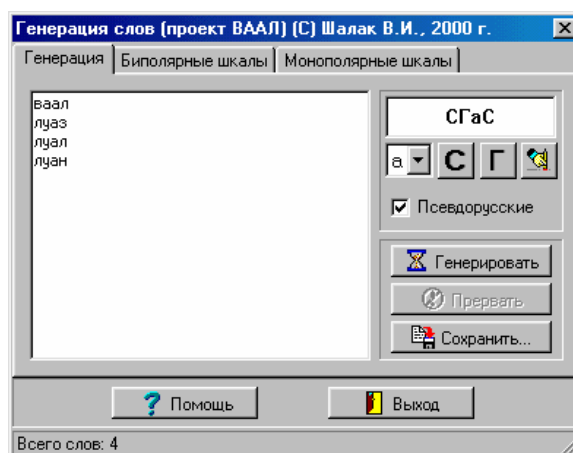


Всего используется 24 встроенных биполярных шкалы: **хороший - плохой, красивый - отталкивающий, радостный - печальный, светлый - темный, легкий - тяжелый, безопасный - страшный, добрый - злой, простой - сложный, гладкий - шероховатый, округлый - угловатый, большой - маленький, грубый - нежный, мужественный - женственный, сильный - слабый, холодный - горячий, величественный - низменный, громкий - тихий, могучий - хилый, веселый - грустный, яркий - тусклый, подвижный - медлительный, быстрый - медленный, активный - пассивный.** Пользователь имеет возможность расширить это набор с помощью модуля конструктора новых шкал.

Два антонима представляют как бы два противоположных полюса оценки. Если в слове преобладает оценка левого прилагательного, рисуется красная полоска влево от центральной числовой оценки. Если преобладает оценка правого прилагательного, рисуется синяя полоска вправо от центральной числовой оценки. Если же оценка отличается от нейтральной в пределах погрешности измерений, то она представлена темно-серым цветом. Нажимая на кнопки полосы скроллинга вы можете просмотреть оценки по всем шкалам.

Генерация псевдослов

Очень часто перед производителями новых товаров стоит задача поиска подходящего названия, которое бы вызывало определенные ассоциации. Это могут быть названия конфет, холодильников, автомобилей, парфюмерных изделий и др. Помощь в решении этой задачи может оказать модуль генерации псевдослов.



В результате выбора пункта меню <Генерация псевдослов> перед Вами появится диалоговое окно, состоящее из трех страниц. На второй и третьей странице окна Вы можете выбрать тот набор характеристик, которым, по Вашему мнению, должно обладать слово.

После указания этих характеристик следует ввести на первой странице окна шаблон для порождения псевдослов. Нажимая на кнопки <С> и <Г> следует

указать очередность вхождения согласных и гласных букв в слово. Выбирая в открывающемся списке отдельные буквы, Вы можете фиксировать отдельные вхождения. Для исправления шаблона можно использовать дополнительную кнопку, которая стирает последний введенный символ. Длина шаблона не может превышать десяти символов. По вашему выбору вы можете установить флаг **Псевдорусские**. В этом случае слов порождается меньше, но по фонетической структуре они более похожи на слова русского языка.

После ввода шаблона следует нажать кнопку **<Генерировать>**. Начнется порождение слов, удовлетворяющих желаемым характеристикам. Слова будут выводиться в окно слева. Число уже порожденных слов указывается внизу. Нажатием на кнопку **<Прервать>** всегда можно остановить этот процесс до того, как будут проверены все комбинации. При нажатии на кнопку **<Сохранить>** будет предложено ввести имя файла, в который будет сохранен список порожденных слов. Файл имеет текстовый формат в кодировке **Windows**. По умолчанию списки порожденных слов хранятся в директории **...\VAAL2000\GenWords**.

Выбор характеристик

При генерации псевдослов вы будете заинтересованы в том, чтобы эти слова обладали требуемым эмоциональным воздействием на подсознание. В диалоговом **окне выбора характеристик** Вы можете установить желаемые характеристики по двум наборам шкал.



Для выбора **характеристик по биполярным шкалам** переключитесь на вторую страницу. Вы можете быть заинтересованы в следующем:

- 1) чтобы в слове был выражен признак левой половины шкалы;
- 2) чтобы в слове был выражен признак правой половины шкалы;
- 3) чтобы в слове значение по данной шкале было нейтральным;
- 4) любое значение шкалы Вам подходит.

В **первом** случае установите курсор мыши на имени признака в крайнем левом столбце и щелкните левой кнопкой мыши. Имя признака будет выделено красным цветом.

Во **втором** случае установите курсор мыши на имени признака во втором столбце и щелкните левой кнопкой мыши. Имя признака будет выделено синим цветом.

В **третьем** случае установите курсор мыши в строке напротив имени признака в третьем столбце на слове **нейтральная** и щелкните левой кнопкой мыши. Слово признака будет выделено темно-серым цветом.

В **четвертом** случае установите курсор мыши в строке напротив имени признака в четвертом столбце на слове **любая** и щелкните левой кнопкой мыши. Если до этого в строке уже имелось выделение, оно исчезнет. По умолчанию принимается именно четвертый случай.

При выборе **желаемых характеристик по монополярным шкалам** вы можете быть заинтересованы в следующем:

- 1) чтобы в слове данный признак был выражен;
- 2) чтобы в слове данный признак был подавлен;
- 3) чтобы в слове данный признак был нейтральным;
- 4) любое значение признака вам подходит.

В **первом** случае установите курсор мыши на имени признака в крайнем левом столбце и щелкните левой кнопкой мыши. Имя признака будет выделено красным цветом.

Во **втором** случае установите курсор мыши на имени признака во втором столбце и щелкните левой кнопкой мыши. Имя признака будет выделено синим цветом.

В **третьем** случае установите курсор мыши в строке напротив имени признака в третьем столбце на слове **нейтральная** и щелкните левой кнопкой мыши. Слово признака будет выделено темно-серым цветом.

В **четвертом** случае установите курсор мыши в строке напротив имени признака в четвертом столбце на слове **любая** и щелкните левой кнопкой мыши. Если до этого в строке уже имелось выделение, оно исчезнет. По умолчанию принимается именно четвертый случай.

Эмоциональное воздействие текстов

Диалоговое окно оценки текста состоит из пяти страниц. Оно содержит гистограммы оценок текста по биполярным и монополярным шкалам, гистограммы профилей оценок по биполярным и монополярным шкалам и гистограмму звукоцветовой оценки текста. Для перехода к нужной странице следует установить на нее указатель мыши и нажать левую кнопку. Также окно содержит:

- кнопки: <Протокол>, <База данных>, <Помощь> и <Выход>;
- флаг <Нормализованные оценки>;
- строку состояния.

В строке состояния указан текущий жанр.

Если вы хотите сохранить оценки текста в файл для последующего использования, то нажмите кнопку **<Протокол>**. В появившемся окне вам необходимо указать имя файла. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Для хранения протоколов по умолчанию используется специальная директория **...\\VAAL2000\\Protocol**.



В ряде случаев возникает задача вторичной математической обработки результатов оценки текстов. Для сохранения и накопления результатов оценки вы можете воспользоваться кнопкой **<База данных>**. При нажатии на нее вам будет предложено сохранить оценки текста в файле. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Накопив в одном файле оценки текстов, вы можете затем их подвергнуть либо факторному анализу с использованием соответствующего модуля системы **ВААЛ-2000**, либо более изощренным видам анализа с использованием таких известных систем как **Statistica** и **SPSS**. Файлы данных хранятся в специальной директории **...\\VAAL2000\\Data**. Система сохраняет данные по биполярным и монопольным шкалам в файлах с разными расширениями. Для биполярных шкал используется расширение ***.tbi** а для монопольных - ***.tmn**. Вам не нужно беспокоиться о правильном расширении файла. Система сделает это за Вас.

Если Вам необходимо оценить очень короткий текст (например рекламный слоган) или сравнить два текста разной длины, весьма полезным может оказаться использование флага **<Нормализованные оценки>**. Дело в том, что на оценку воздействия текста влияет его длина. Если Вы попытаетесь оценить текст состоящий всего лишь из одного предложения или размножите это предложение на целую страницу и оцените ее, то результаты получатся разные. Установление флага **<Нормализованные оценки>** приводит к тому, что система сохраняет частоты

встречаемости различных звуков исходного текста, но считает, что он имеет длину 3000 символов. В этом и заключается смысл **нормализации**.

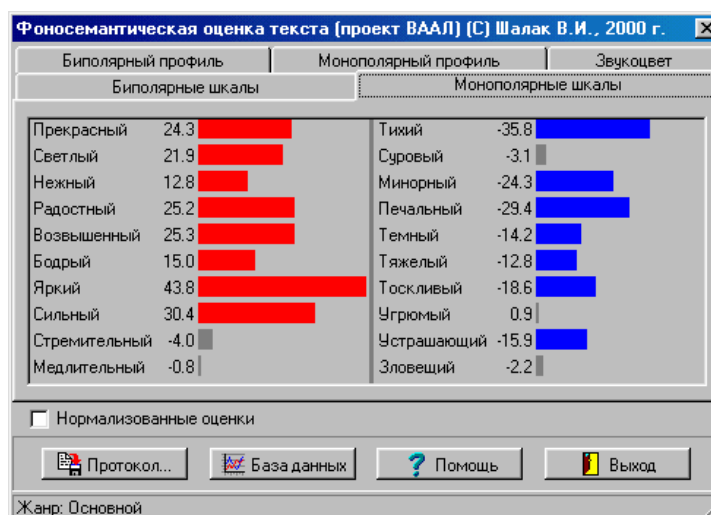
Биполярные и монополярные шкалы (оценка текста)

При оценке по биполярным шкалам каждая шкала представлена с помощью пары антонимичных прилагательных русского языка, числовой оценки и цветной полосы синего или красного цвета. Длина полосы пропорциональна величине числовой оценки.

Всего используется 24 встроенных биполярных шкалы: **хороший - плохой, красивый - отталкивающий, радостный - печальный, светлый - темный, легкий - тяжелый, безопасный - страшный, добрый - злой, простой - сложный, гладкий - шероховатый, округлый - угловатый, большой - маленький, грубый - нежный, мужественный - женственный, сильный - слабый, холодный - горячий, величественный - низменный, громкий - тихий, могучий - хилый, веселый - грустный, яркий - тусклый, подвижный - медлительный, быстрый - медленный, активный - пассивный**. Пользователь имеет возможность расширить это набор с помощью модуля конструктора новых шкал.

Два антонима представляют как бы два противоположных полюса оценки. Если в тексте преобладает оценка левого антонима, рисуется красная полоска влево от центральной числовой оценки. Если преобладает оценка правого антонима, рисуется синяя полоска вправо от центральной числовой оценки. Если же оценка отличается от нейтральной в пределах погрешности измерений, то она представлена темно-серым цветом. Нажимая на кнопки полосы скроллинга вы можете просмотреть все оценки.

При оценке по монополярным шкалам каждая шкала представлена с помощью прилагательного русского языка, числовой оценки и цветной полосы



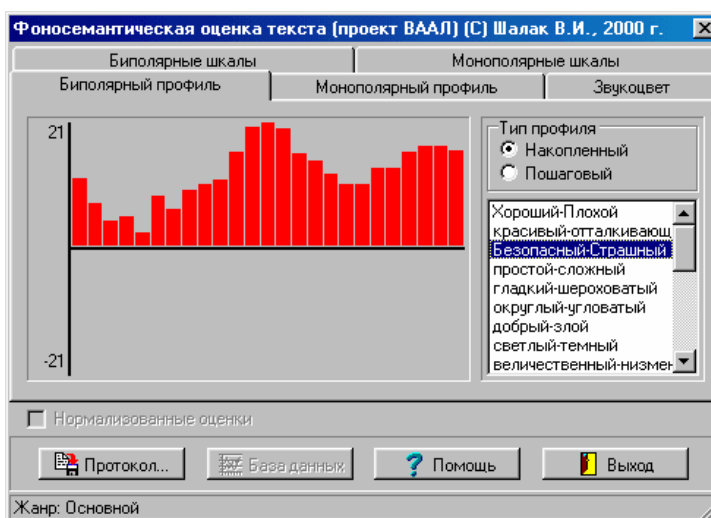
синего или красного цвета в зависимости от знака числовой оценки. Длина полосы пропорциональна абсолютной величине числовой оценки. Это позволяет наглядно изобразить распределение оценок по всем шкалам.

Всего используется 20 встроенных монополярных шкал: **прекрасный, светлый, нежный, радостный, возвышенный, бодрый, яркий, сильный, стремительный, медлительный, тихий, суровый, минорный, печальный, темный, тяжелый, тоскливый, угрюмый, устрашающий, зловещий**. Пользователь имеет возможность расширить это набор с помощью модуля конструктора новых шкал.

Если оценка по конкретной шкале положительна (красный цвет), то это означает, что соответствующий признак, представленный названием шкалы, в тексте выражен. Если оценка отрицательна (синий цвет), соответствующий признак в тексте подавлен. Если же оценка отличается от нейтральной в пределах погрешности измерений, то она представлена темно-серым цветом.

Профиль оценок текста

Система ВААЛ позволяет не только оценить весь текст, но и представить, как изменялись те или иные оценки на протяжении текста. Для этого текст разбивается на 25 примерно равных кусков и вычерчивается соответствующая гистограмма. Оценки могут быть **пошаговыми** и **накопленными**.



При **накопленной** оценке первый столбик гистограммы оценивает первый кусочек текста, второй столбик гистограммы оценивает вместе первые два кусочка текста, третий столбик гистограммы оценивает вместе первые три кусочка текста и т.д.

При **пошаговой оценке** первый столбик гистограммы оценивает первый кусочек текста, второй столбик гистограммы оценивает отдельно второй кусочек текста, третий столбик гистограммы оценивает отдельно третий кусочек текста и т.д.

Для получения пошаговой или накопленной оценки следует просто установить требуемый тип профиля.

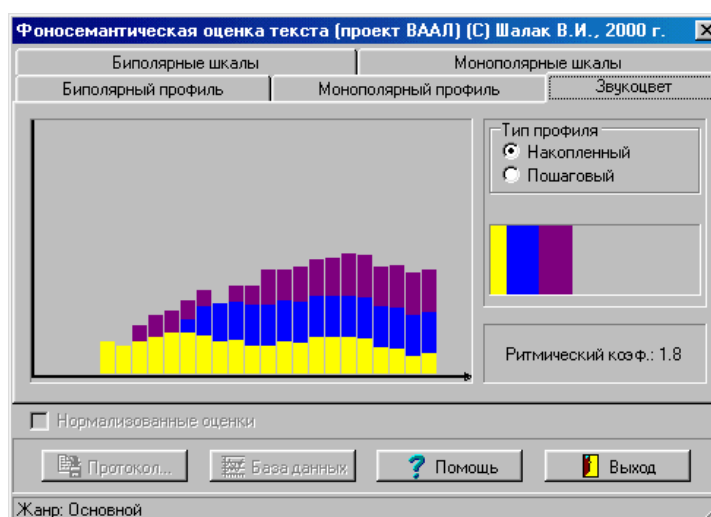
Профиль оценок позволяет определить те места в тексте, которые требуют, например, дополнительного редактирования. Для этого установите курсор мыши на столбик гистограммы с интересующей вас оценкой и дважды щелкните левой кнопкой мыши. Окно закроется и курсор редактирования текста будет установлен в начале того кусочка текста, который вы выбрали.

В списке шкал вы можете выбрать интересующую вас шкалу и посмотреть ее профиль по тексту.

Звуко-цветовые оценки текста

Данная страница содержит гистограмму оценок звуко-цветовой окраски текста и оценку звуко-цветовой окраски всего текста.

Система **ВААЛ** позволяет не только оценить весь текст, но и представить, как изменялись те или иные оценки на протяжении текста. Для этого текст разбивается на 25 примерно равных кусков и вычерчивается соответствующая гистограмма. Оценки могут быть **пошаговыми** и **накопленными**.



При **накопленной оценке** первый столбик гистограммы оценивает первый из кусочек текста, второй столбик гистограммы оценивает вместе первые два

кусочка текста, третий столбик гистограммы оценивает вместе первые три кусочка текста и т.д.

При **пошаговой оценке** первый столбик гистограммы оценивает первый из кусочек текста, второй столбик гистограммы оценивает отдельно второй кусочек текста, третий столбик гистограммы оценивает отдельно третий кусочек текста и т.д.

Для получения пошаговой или накопленной оценки следует просто установить требуемый тип профиля.

Звуко-цветовая окраска всего текста представлена цветной полосой, в которую может входить до 6 цветов - желтый, зеленый, красный, синий, фиолетовый, коричневый. С гласными звуками русского языка люди ассоциируют цвета: **а,я** - красный; **о** - желтый; **э,е** - зеленый; **и,й** - синий; **у,ю** - темно-синий, лиловый, сиреневый; **ы** - темно-коричневый или черный. Цветовая окраска текста проявляется лишь в том случае, если соответствующие звуки встречаются в тексте чаще, чем в обычной речи. Гистограмма показывает, как менялась звуко-цветовая окраска на протяжении текста.

Ритмический коэффициент представляет среднюю длину слова в слогах в анализируемом тексте. По мнению некоторых лингвистов, **средняя длина слова в слогах обратно пропорциональна ритмичности высказывания**. Для русского языка ритмический коэффициент равен 2.8. Для диалоговой речи он снижается до 2.0. Это означает, что диалоговая речь более ритмична.

Коррекция текста

Когда текст набран, вы можете произвести его коррекцию для достижения требуемого воздействия на читателя или слушателя. Для этого выберите пункт меню **<Коррекция текста>**.

Сначала появится окно выбора характеристик, в котором вы сможете задать требуемые характеристики текста. Затем система соберет статистику встречаемости в тексте *плохих* слов и предложит вам выбрать порог оценок, определяющих эти *плохие* слова. Лишь после этого начнется перебор плохих слов. Они будут выводиться в специальном диалоговом **Окне коррекции текста**. В нем вы можете воспользоваться словарем синонимов для подходящей замены слова или ввести свой собственный вариант. При этом вовсе не обязательно заменять каждое *плохое* слово, но в большинстве случаев замены следует произвести.

Выбор характеристик

При использовании системы **ВААЛ** для составления текста вы будете заинтересованы в том, чтобы получившийся текст обладал требуемым

эмоциональным воздействием на подсознание. В данном диалоговом окне вы можете установить желаемые характеристики по шкалам. Они будут в дальнейшем использованы для поиска слов, противоречащих желаемому воздействию. Коррекция может одновременно производиться по биполярным и монополярным шкалам.

Для выбора **характеристик по биполярным шкалам** переключитесь на другую страницу. Вы можете быть заинтересованы в следующем:

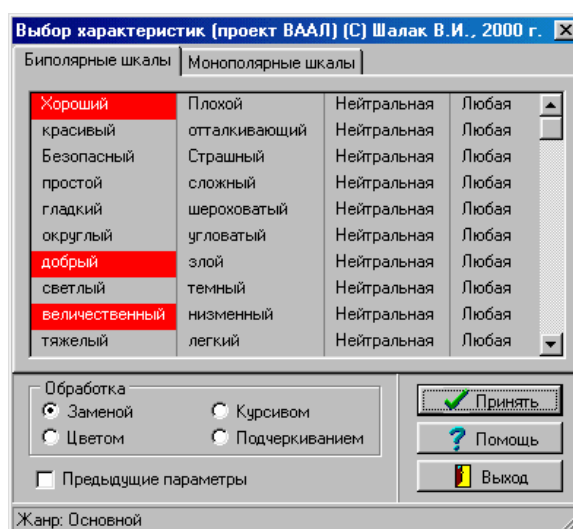
- 1) чтобы был выражен признак левой половины шкалы;
- 2) чтобы был выражен признак правой половины шкалы;
- 3) чтобы значение по данной шкале было в тексте нейтральным;
- 4) любое значение шкалы вам подходит.

В **первом** случае установите курсор мыши на имени признака в крайнем левом столбце и щелкните левой кнопкой мыши. Имя признака будет выделено красным цветом.

Во **втором** случае установите курсор мыши на имени признака во втором столбце и щелкните левой кнопкой мыши. Имя признака будет выделено синим цветом.

В **третьем** случае установите курсор мыши в строке напротив имени признака в третьем столбце на слове **нейтральная** и щелкните левой кнопкой мыши. Слово признака будет выделено темно-серым цветом.

В **четвертом** случае установите курсор мыши в строке напротив имени признака в четвертом столбце на слове **любая** и щелкните левой кнопкой мыши. Если до этого в строке уже имелось выделение, оно исчезнет. По умолчанию принимается именно четвертый случай.



При выборе **желаемых характеристик по монополярным шкалам** вы можете быть заинтересованы в следующем:

- 1) чтобы данный признак был в тексте выражен;
- 2) чтобы данный признак был в тексте подавлен;
- 3) чтобы данный признак был в тексте нейтральным;
- 4) любое значение признака вам подходит.

В **первом** случае установите курсор мыши на имени признака в крайнем левом столбце и щелкните левой кнопкой мыши. Имя признака будет выделено красным цветом.

Во **втором** случае установите курсор мыши на имени признака во втором столбце и щелкните левой кнопкой мыши. Имя признака будет выделено синим цветом.

В **третьем** случае установите курсор мыши в строке напротив имени признака в третьем столбце на слове **нейтральная** и щелкните левой кнопкой мыши. Слово признака будет выделено темно-серым цветом.

В **четвертом** случае установите курсор мыши в строке напротив имени признака в четвертом столбце на слове **любая** и щелкните левой кнопкой мыши. Если до этого в строке уже имелось выделение, оно исчезнет. По умолчанию принимается именно четвертый случай.

Если вы хотите установить тот же набор характеристик, который использовали в прошлый раз, отметьте галочкой **Предыдущие параметры**.

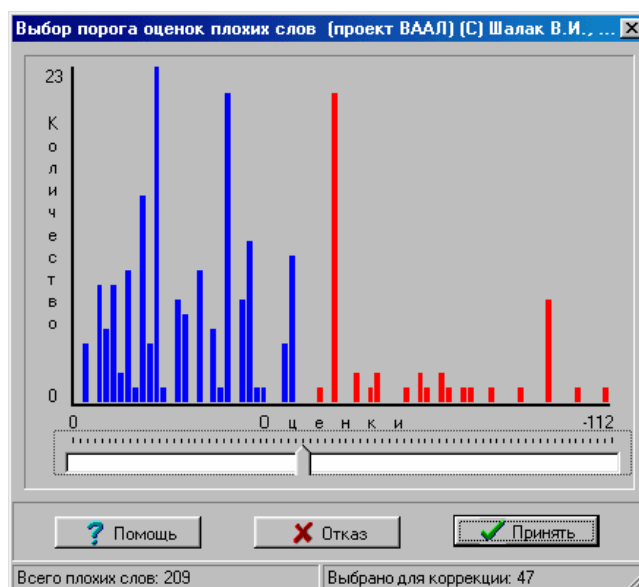
При выборе более чем одной шкалы для поиска *плохих* слов используется интегральный показатель. Например, если вы установили для монополярных шкал красный фон шкалы **Бодрый** и синий фон шкалы **Темный**, это означает, что вы хотите, чтобы текст был бодрым и не был темным. Если теперь оценить слово **ВААЛ**, оно получит оценку 40 по шкале **Бодрый** и оценку 5 по шкале **Темный**. По второй шкале данное слово противоречит желаемой характеристике, так как оценка по ней положительна. В случае же интегральной оценки *бодрость* этого слова значительно перевешивает его *темноту* и потому оно считается *хорошим*.

Если вы хотите просто выделить в тексте слова, которые противоречат желаемым характеристикам, вы можете установить один из переключателей опции **Выделение**. По умолчанию установлен переключатель **Заменой**. В этом случае при нахождении каждого *плохого* слова оно выводится в **Окно коррекции текста**. При установлении переключателей **Цветом**, **Курсивом** или **Подчеркиванием** плохое слово не выводится в **Окно коррекции текста**, а просто выделяется в редактируемом документе соответственно синим цветом, курсивом или подчеркиванием.

Для того, чтобы продолжить работу с выбранным набором характеристик, нажмите на кнопку **<Принять>**. Система соберет статистику распределения *плохих* слов в тексте и предложит выбрать порог оценок слов.

Выбор порога оценок *плохих* слов

Очевидно, что разные слова вносят различный вклад в окончательное звучание и впечатление от текста. Довольно часто для коррекции текста достаточно выбрать лишь самые плохие по звучанию слова и заменить их. Для этого и служит определение порога оценок *плохих* слов, которые должны быть подвергнуты замене.

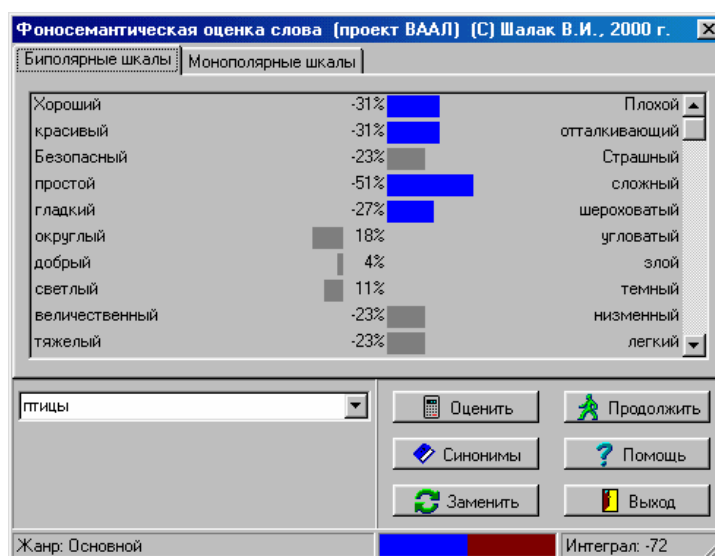


В окне представлена гистограмма распределения *плохих* слов. По горизонтали представлены оценки слов, а по вертикали - количество слов с этими оценками. Передвигая движок внизу окна, вы можете выбрать порог для оценок *плохих* слов. Изначально движок стоит в крайней правой позиции. Передвигая его влево, вы изменяете порог оценок. Это находит отражение в изменении цвета столбиков гистограммы. Синие столбики соответствуют *плохим* словам, которые не будут подвергнуты коррекции, а красные столбики - словам, которые должны быть подвергнуты коррекции. Внизу окна в статусной строке указано общее количество *плохих* слов в тексте и количество слов, которые выбраны для коррекции.

Окно коррекции текста

Диалоговое окно коррекции текста похоже на **окно оценки слова**. Исчезли кнопки **<Протокол>** и **<База данных>**, но появилась кнопка **<Продолжить>**. При нажатии на нее система переходит к следующему слову.

Изначально, когда появляется окно замены синонимов, в строке ввода содержится слово, противоречащее желаемым характеристикам текста, а на гистограммах дана оценка этого слова.



Вы можете воспользоваться словарем синонимов, нажав кнопку <Синонимы>. Если для данного слова имеются синонимы, то они будут выведены в окне. Подбор синонимов производится путем подбора наиболее похожих слов. Выбрав подходящий синоним, нажмите кнопку <Оценить>. Все оценки будут обновлены для данного слова. При необходимости подкорректируйте синоним для согласования с другими словами предложения.

Чтобы произвести замену найденного слова на другое, введите в строке ввода новое слово, нажмите кнопку <Оценить>, посмотрите, является ли его оценка лучше, чем у предыдущего. Если новое слово кажется вам более подходящим, то нажмите кнопку <Заменить>. В противном случае нажмите кнопку <Продолжить> и продолжите поиск *плохих* слов.

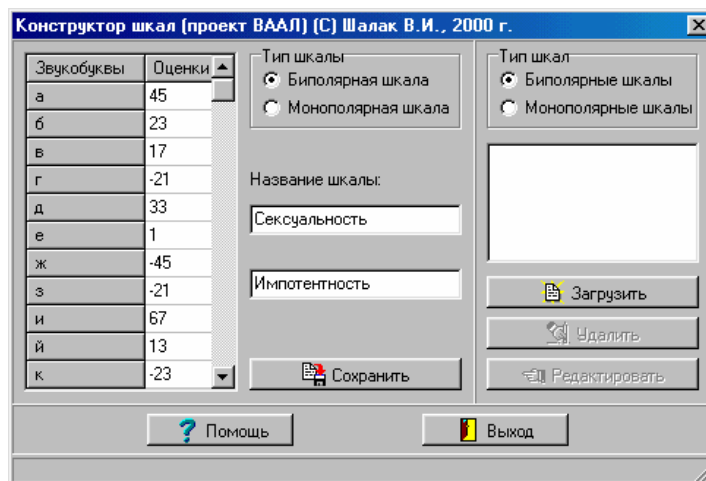
Если вы хотите остановить выполнение процедуры поиска и замены, нажмите кнопку <Выход>.

Конструктор новых шкал

Для работы с конструктором новых шкал необходимо знакомство с материалом книг А.П.Журавлева "Фонетическое значение", ЛГУ, 1974 или "Звук и смысл", М, 1981.

Пользователь системы ВААЛ имеет возможность оценивать слова и тексты русского языка не только по уже встроенным в систему шкалам, но и создавать

новые, расширяя систему в нужном направлении. Для этого достаточно лишь выбрать в меню системы пункт **<Конструктор новых шкал>**.



Появившееся диалоговое окно состоит из двух половин.

В правой половине находится переключатель между **биполярными** и **монополярными** шкалами, список шкал и три кнопки: **<Загрузить>**, **<Удалить>**, **<Редактировать>**.

В левой половине окна находится переключатель между **биполярными** и **монополярными** шкалами, таблица для ввода оценок звукобукв, кнопка **<Сохранить>** и два или одно поле для ввода имени шкалы.

Процесс создания новой шкалы начинается с задания типа шкалы - **биполярной** или **монополярной**. Затем следует ввести имя новой шкалы. Если это монополярная шкала, то поле для ввода имени всего одно. Если же новая шкала является биполярной, то имя состоит из двух слов. Слово, которое при оценке слов или текстов должно стоять слева, введите в верхнее поле ввода, а слово, которое должно стоять справа, введите в нижнее поле ввода. После этого необходимо перейти к основной работе - вводу оценок звукобукв.

Единственное отличие от оценок А.П.Журавлева состоит лишь в том, что оценки заключены в интервале от -100 до +100. Это отличие носит чисто формальный характер и никак не отражается на результатах работы системы. Выбранный нами масштаб и начало координат являются более наглядными и удобными для пользователя.

Допустим, вы хотите задать новую **биполярную** шкалу **Длинный-Короткий**. Вы указали, что эта шкала является биполярной, ввели в верхнее поле ввода слово **Длинный**, а в нижнее - **Короткий**. Теперь необходимо перейти к

заданию оценок звукобукв. Их всего 45 и задавать оценки можно в любой очередности. Первой стоит звукобуква **а**. Если вы введете оценку 37, то это будет означать, что по шкале **Длинный-Короткий** оценка звукобуквы **а** отклоняется от нейтральной в сторону выраженности признака **Длинный** на 37%. Если бы вы ввели -37, то это означало бы, что по шкале **Длинный-Короткий** оценка звукобуквы **а** отклоняется от нейтральной в сторону выраженности признака **Короткий** на 37%. Как видите, все очень просто и понятно.

Если бы вы создавали **монополярную** шкалу **Длинный**, то те же самые оценки означали бы, что в первом случае признак **Длинный** выражен в звукобукве **а** на 37%, а во втором случае признак **Длинный** подавлен в звукобукве **а** на 37%.

Когда введено имя новой шкалы и введены оценки всех звукобукв, простым нажатием на кнопку **<Сохранить>** вы можете сохранить шкалу в специальной служебной директории.

В правой половине окна вы можете загружать те шкалы, которые уже были вами созданы ранее. Для этого достаточно лишь установить соответствующим образом переключатель нажать на кнопку **<Загрузить>**.

С загруженными шкалами вы можете выполнить две операции - удалить любую выделенную шкалу, либо подвергнуть ее редактированию. Для редактирования выделите необходимую шкалу и нажмите кнопку **<Редактировать>**. Шкала будет перенесена в левую половину окна. Теперь ее можно редактировать. При ее повторном сохранении на диск и даже при совпадении имен, она не заместит свой прототип, а будет добавлена к концу списка. Если вы хотите удалить прототип, то это следует сделать выделив его в списке шкал и нажав на кнопку **<Удалить>**.

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ

Система **ВААЛ** включает в себя ряд модулей, позволяющих проводить полноценный контент-анализ текстов. Некоторые из этих модулей уникальны, так как реализуют методы, не представленные ни в одной из коммерческих систем для компьютерного контент-анализа.

В отличие от **ВААЛ-99** в настоящей версии системы **ВААЛ-2000** возможности контент-анализа значительно расширены. В ней учтены многие пожелания, которые поступили к нам от пользователей.

Мы столкнулись с тем, что очень немногие знакомы с методами контент-анализа и умеют ими пользоваться для решения конкретных задач. В нашей системе образования некоторое представление об этих методах получают лишь социологи. Для всех остальных остается лишь заниматься самообразованием в

данной области. К сожалению, на этом пути возникает много трудностей, так как на русском языке нет практически никаких серьезных работ, в которых излагались бы методы контент-анализа. В давно ушедшие годы было издано тоненькое учебное пособие по контент-анализу, но лишь им дело и ограничилось. В некоторых книгах имеются небольшие главки, посвященные контент-анализу, в социологических журналах появляются статьи с отчетами о проведенной работе. И это все.

С появлением Интернета стали доступны многочисленные зарубежные сайты, имеющие отношение к контент-анализу. На этих сайтах можно найти методические материалы, программное обеспечение. Приведем список лишь некоторых из них:

- http://www.dei.unipd.it/~melo/bible/concepts/documents/Automatic_content_analysis.html
- <http://www.gsu.edu/~wwwcom/content.html>
- <http://gwdu19.gwdg.de/~mromppe/content.htm>
- <http://www.aber.ac.uk/~dgc/textan.html>
- http://www.ai.mit.edu/people/jcma/papers/1991-aiip/subsubsection3_5_4_1.html
- <http://www.chass.utoronto.ca:8080/cch/1001h/06soft.html>
- <ftp://www.hd.uib.no/pub/pc/lexa/>

Из истории метода контент-анализа

Определений контент-анализа существует много, но среди них трудно найти удовлетворительное. Например, можно встретить следующие формулировки:

- статистическая (квантитативная) семантика;
- техника для объективного количественного анализа содержания коммуникации;
- техника для делания выводов при помощи объективного и систематического установления характеристик сообщений.

Каждая из приведенных выше формулировок неудовлетворительна уже по той причине, что основной акцент в них делается на количественные параметры анализа текстов и в них совершенно не отражена специфика качественных методов контент-анализа. Слишком широким является определение контент-анализа как "исследовательского метода, используемого для определения присутствия определенных слов или понятий в тексте или массивах текстов".

Под текстами в контент-анализе понимают книги, книжные главы, эссе, интервью, дискуссии, заголовки газетных статей и сами статьи, исторические документы, дневниковые записи, речи выступлений, рекламные тексты и т.д.

Количественный контент-анализ в первую очередь интересуется частотой появления в тексте определенных характеристик (переменных) содержания.

Качественный контент-анализ позволяет делать выводы даже на основе единственного присутствия или отсутствия определенной характеристики содержания. Различие двух подходов довольно легко проиллюстрировать примерами.

В 50-е годы западные аналитики на основе количественного анализа статей газеты "Правда" обнаружили резкое снижение числа ссылок на Сталина. Отсюда они сделали закономерный вывод, что последователи Сталина стремятся дистанцироваться от него. С другой стороны, качественный аналитик мог бы сделать аналогичный вывод на основе единственного факта, что в публичной речи одного из партийных функционеров, посвященной победе СССР в Великой Отечественной войне, Сталин вообще не был упомянут. Прежде такое было бы немыслимо.

Очевидно, что количественный контент-анализ легче поддается реализации в компьютерных программах. Именно по этой причине в дальнейшем мы будем вести речь исключительно о методах количественного контент-анализа.

Следует обратить внимание на то, что когда говорят о контент-анализе текстов, то главный интерес всегда заключается не в самих характеристиках содержания, а во внеязыковой реальности, которая за ними стоит - личных характеристиках автора текста, преследуемых им целях, характеристиках адресата текста, различных событиях общественной жизни и пр.

Первым можно назвать этап в развитии контент-анализа, когда внимание исследователей было направлено в основном просто на подсчет частот появления в текстах различных слов или тем. Г.Г. Почепцов условно относит появление контент-анализа к 18 веку, "когда в Швеции частота появления тем, связанных с Христом, использовалась для принятия решения о еретичности книги."

Однако, просто частота появления того или иного слова или темы мало что говорят. Гораздо более информативны не абсолютные, а относительные частоты, которые вычисляются как отношение абсолютной частоты к длине анализируемого текста. В зависимости от того, что является переменной содержания, под длиной текста может пониматься количество слов в нем, количество предложений, абзацев и пр.

В качестве реального примера такого анализа текстов можно привести анализ президентских посланий стране, с которыми обратился Б.Клинтон в 1994 и 1995 годах. Эти послания содержат от 7000 до 10000 слов. Были сформированы категории слов, относящихся к экономике, бюджету страны, образованию, преступности, вопросам семьи, международным делам, социальной помощи и др. По изменению относительных частот в посланиях 1994 и 1995 годов были сделаны выводы об изменении политики государства в различных областях. Т.е. все эти темы нашли отражение в обоих посланиях, но в одном из них некоторым темам

уделялось больше внимания, а в другом меньше. Например, в послании 1995 года больше внимания было уделено вопросам образования, семьи, но меньше внимания - преступности, международным делам, социальной помощи. Это дало основания для того, чтобы судить о приоритетах правительства США.

В приведенном выше примере было упомянуто понятие категории. В качестве категории может выступать набор слов, объединенных по определенному основанию. Можно сказать, что посредством категорий в контент-анализе представлены определенные концептуальные образования. Так в случае с посланиями Б.Клинтона была образована категория **ЭКОНОМИКА**, в которую входили слова - **экономика, безработица, инфляция**. В категорию **СЕМЬЯ** входили слова - **ребенок, семья, родители, мать, отец**. Именно учет частот встречаемости категорий, а не отдельных слов, позволяет судить о внимании, уделенном в послании тем или иным вопросам.

Очевидно, что от качества составления таких категорий во многом зависит качество результатов анализа. Контент-анализ текстов с использованием категорий иногда называют концептуальным анализом. Сфера его применения довольно широка. Два основных типа задач, решаемых с его помощью:

- Есть два или более текстов, которые необходимо сравнить в отношении нагрузки на определенные категории. Например, задача выяснить, какое внимание уделяют две разные газеты определенным темам. Если эти газеты рассчитаны на одну аудиторию, то существенное различие в частотах позволит судить о различиях в политике, проводимой людьми, стоящими за ними.
- Задача отслеживания динамики изменения нагрузки на определенные категории. Например, выяснить частоту упоминания темы внешнего долга России в фиксированном наборе центральных газет на протяжении какого-то времени и соотнести ее с колебаниями курса доллара путем простого корреляционного анализа.

Из истории разведки известно, как по изменению в специальной литературе частоты упоминания определенных научных тем и фамилий ученых делались достоверные выводы об успехах, достигнутых в конкретных областях исследований.

Относительные частоты позволяют сравнивать два и более текстов, но иногда требуется сделать вывод на основе анализа лишь одного текста.

Например, имеется текст выступления депутата Думы и требуется оценить, насколько оно агрессивно. Прежде всего для решения этой задачи должна быть составлена категория агрессивно окрашенной лексики. После этого мы можем сравнить текст выступления нашего депутата с выступлениями других и сказать, кто из них агрессивнее. Но от нас требуется не это, от нас требуется оценить степень агрессивности выступления. Очевидно, что для ответа на этот вопрос нам

потребуется некоторая норма, своеобразная нулевая отметка агрессивности. Мы получим ее, если выясним относительную частоту употребления агрессивно окрашенных слов средним носителем русского языка. Помощь в этом могут оказать частотные словари. Сравнивая относительную частоту употребления агрессивно окрашенной лексики в выступлении депутата с частотой ее употребления средним носителем русского языка мы как раз и можем сделать вывод о степени агрессивности. Но и это еще не все. Небольшие отклонения частот в большую или меньшую сторону могут быть следствием случайных колебаний. На вопрос о значимости отклонения частот позволяет ответить статистическая оценка, известная под названием **z-score** и вычисляемая по формуле **(N-E)/(стандартное отклонение)**, где **N** - количество слов данной категории, реально встретившихся в тексте, а **E** - ожидаемое число вхождений слов данной категории в текст. Величина **E** вычисляется путем умножения нормальной частоты категории на число слов в анализируемом тексте.

Представим, что мы хотим оценить степень агрессивности выступления не депутата, а профессионального военного. Очевидно, что норма для него будет отличаться от нормы для среднего человека. Поэтому для оценки уровня агрессивности профессионального военного требуются другие нормы, которые могут быть получены путем дополнительной статистической обработки представительной выборки текстов, характерных для военной среды.

Дальнейшее развитие контент-анализа требовало более тонких методов анализа текстов. К середине 50-х годов исследователи стали все больше уделять внимания не простому наличию или отсутствию категорий в тексте, а связям между категориями. Для этого обращают внимание на совместную встречаемость (соосцигенсе) слов различных категорий. Например, для каждого предложения текста мы можем выяснить, слова каких категорий в нем встречаются. После этого легко подсчитать обычный коэффициент корреляции, который даст нам силу связи между категориями и знак этой связи. Может оказаться, что для некоторых категорий наблюдается тенденция их совместного употребления, а для других - наоборот.

В качестве гипотетического примера можно привести газетную статью, в которой наблюдается совместное употребление категорий **ПРАВИТЕЛЬСТВО** и **НЕГАТИВ**.

Интересно то, что в некоторых случаях это может быть отражением сознательной позиции автора статьи, а в некоторых - связью на уровне подсознания.

Понятно, что изучение связей между категориями значительно расширяет круг задач, которые может решать контент-анализ.

Представим, что мы взяли статью натуралиста о змеях и решили ее проанализировать. Для этого мы отметили в тексте все предложения, в которые входит слово змея, и составили статистику слов из этих предложений. Можно предположить, что частотными в этих предложениях окажутся слова: **яд, ядовитый, укус, ползать, длинный...** т.е. те слова, которыми наиболее часто характеризуются змеи. Таким образом, наш формальный метод анализа текстов позволил выделить существенные признаки, характеризующие змей. В англоязычной литературе такие контексты употребления слов как раз и называют **collocations**.

Ценность описанного метода анализа текстов очевидна, так как позволяет на основе формальных методов извлекать из массивов текстов содержательную информацию.

Метод нахождения контекстов употребления слов (**collocations**) допускает дальнейшее развитие. Выбрав предложения, в которых встречается конкретное слово или категория, мы получили некоторую подвыборку текста, к которой в свою очередь применимы все методы контент-анализа. Т.е. контексты употребления слов и категорий в свою очередь могут быть подвергнуты контент-анализу - выяснению простых частот категорий, относительных частот, оценок категорий относительно нормы и т.д.

Если выразиться образно, то контекстный анализ позволяет выделить в тексте несколько тематических нитей и анализировать их отдельно.

Очевиден огромный потенциал контекстного анализа при мониторинге больших объемов информации, так как он позволяет полностью автоматизировать весь процесс сбора информации.

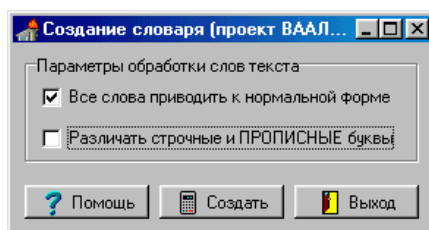
Использование при контент-анализе определенного набора категорий задает концептуальную сетку, в терминах которой и анализируется текст. От того, насколько удачен набор используемых категорий, зависит качество результатов анализа. Поэтому исследователей давно интересовала задача автоматической категоризации слов текста, т.е. выделение обсуждаемых в нем тем.

Были предложены ряд подходов для решения этой задачи. Следует отметить, что автоматическая категоризация возможна лишь в том случае, если объем анализируемых текстов достаточно велик.

Краткий обзор истории развития количественных методов контент-анализа ни в коем случае не является исчерпывающим. Он просто призван хоть немного ознакомить пользователя с теми методами, которые реализованы в системе **ВААЛ-2000**.

Создание словаря

Система **ВААЛ-2000** позволяет по любому тексту составить его словарь. Словарь может быть интересен сам по себе, а может быть использован для формирования категорий.



После выбора в меню системы пункта **<Создание словаря>** появляется небольшое диалоговое окно, в котором Вы должны установить флажки – опции обработки слов текста при формировании словаря. Опции всего две:

- Все слова приводить к нормальной форме;**
- Различать строчные и ПРОПИСНЫЕ буквы.**

Флажок, поставленный напротив первой опции, означает, что Вы хотите, чтобы в словаре содержались лишь нормальные формы слов. Т.е. Вы хотите, чтобы все имена существительные приводились к форме именительного падежа единственного числа, все прилагательные приводились к форме именительного падежа единственного числа мужского рода, а все глаголы, причастия и деепричастия приводились к форме инфинитива. Если система не может привести слово к нормальной форме, то она оставляет его без изменения. Приведем несколько примеров.

Слово	Нормальная форма
ДОМОМ	дом
Домом	дом
домом	дом
дОмом	дОмом
МОСКВОЙ	Москва
Москвой	Москва
москвой	москвой
МОСкВОЙ	МОСкВОЙ

В случае со словами **дОмом**, **москвой** и **МОСкВОЙ** система не может найти нормальную форму и потому оставляет их без изменения.

Флажок, поставленный напротив второй опции, означает, что Вы хотите различать строчные и ПРОПИСНЫЕ буквы. Если этот флажок не выставлен, то перед занесением слова в словарь все ПРОПИСНЫЕ буквы заменяются строчными. Приведем пример.

Пусть нам дан текст: **ДОМОМ**, Домом, домом, дОмом, **МОСКВОЙ**, Москвой, Москва, москвой, **МОСкВОЙ**.

Если выставлены оба флага, то словарь будет состоять из слов: **дом**, **дОмом**, **Москва**, **москвой**, **МОСкВОЙ**.

Если выставлен первый флаг, но не выставлен второй, то словарь будет состоять из слов: **дом**, **домом**, **москва**, **москвой**.

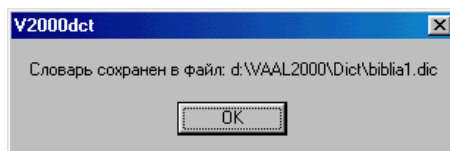
Если не выставлен первый флаг, но выставлен второй, то словарь будет состоять из слов: **ДОМОМ**, **Домом**, **домом**, **дОмом**, **МОСКВОЙ**, **Москвой**, **Москва**, **москвой**, **МОСкВОЙ**.

Если не выставлены ни первый и ни второй флаг, то словарь будет состоять из слов: **домом**, **москвой**.

Из опыта работы с системой можно сказать, что наиболее употребимой является вторая комбинация. Т.е. Все слова приводятся к нормальной форме, но строчные и ПРОПИСНЫЕ буквы не различаются.

Следует сделать еще одно замечание. Если производится приведение слова к нормальной форме, то иногда результат не бывает однозначным. Например слово **дома** можно привести к именительному падежу единственного числа **дом**, а можно посчитать наречием **дома**. В таких случаях оба варианта заносятся в словарь.

После установки флажков и нажатия кнопки **<Создать>** система начинает обрабатывать текст с целью создания словаря. По окончании работы появится сообщение о том, в какой директории и под каким именем сохранен словарь. Запоминать название директории нет никакой необходимости. Когда словарь понадобится Вам для работы, система сама отыщет его. В некоторых случаях Вам



может понадобится запомнить имя файла, в котором сохранен словарь. Имя словарю система присваивает автоматически. Оно представляет из себя имя файла загруженного в систему текста с измененным расширением. Новым расширением файла является **ДИС**. Если файл с таким именем уже есть, то система добавляет к имени файла цифру для придания ему уникальности.

Формирование категорий

Одним из наиболее ответственных подготовительных моментов контент-анализа является формирование категорий. От того, насколько удачно выбраны категории и насколько качественно они составлены, зависят результаты анализа текстов. Давать здесь какие-либо рекомендации весьма затруднительно. Все зависит от целей и задач, которые стоят перед исследователем, а также от его понимания сути метода контент-анализа.

ВААЛ-2000 позволяет формировать категории двух типов – простые и сложные.

Простая категория – это просто некоторый набор отдельных слов. Например, простая категория **ЦВЕТА** могла бы состоять из слов {**красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый**}.

Сложная категория состоит не просто из отдельных слов, а из отдельных наборов слов. Например, чтобы идентифицировать в тексте упоминания о Черном и Средиземном море, мы могли бы составить сложную категорию **{(3, Черное, море), (2, Средиземное, море)}**. Эта категория состоит из двух наборов. В первый набор входит два слова **Черное, море** и число **3**. Число три указывает на максимальное расстояние между парой слов **Черное** и **море** в тексте, чтобы они могли считаться вхождением в категорию. Например, вхождениями в эту категорию будут словосочетания:

...бескрайнее **Черное море**...
 ...**море Черное** бескрайнее...
 ...**море** глубокое **Черное**...
 ...**море** бурное глубокое **Черное**...

В то же время словосочетание

...**море** бурное и глубокое **Черное**...

не является вхождением в эту категорию, так как расстояние между позициями слов **Черное** и **море** превышает 3, оно равно 4.

После выбора в меню системы пункта **<Формирование категорий>** появляется двустраничное диалоговое окно. Первая страница этого окна предназначена для формирования простых, а вторая – сложных категорий.

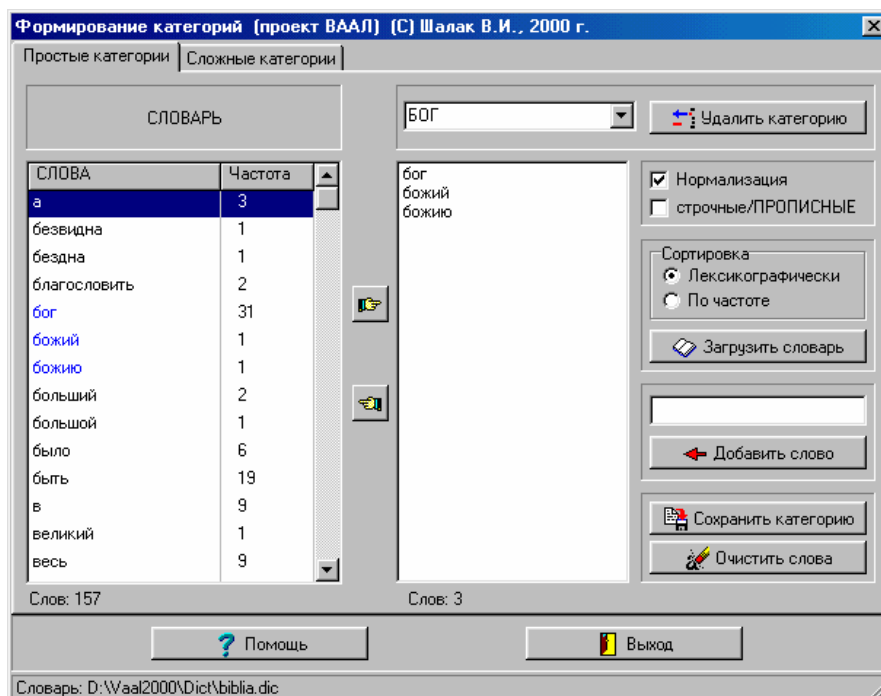
Простые категории

Первая страница окна **Формирования категорий** предназначена для формирования **простых** категорий. **Простая** категория – это просто некоторый набор отдельных слов. Например, простая категория **ЦВЕТА** могла бы состоять из слов {**красный, оранжевый, желтый, зеленый, голубой, синий, фиолетовый**}.

Страница содержит:

- ❑ список, в который Вы можете загрузить любой ранее созданный словарь;
- ❑ список слов формируемой категории;
- ❑ строку ввода имени категории и кнопку **<Удалить категорию>** для удаления категорий с диска;
- ❑ флаги **Нормализация** и **строчные/ПРОПИСНЫЕ** для указания типа обработки слов при обнаружении вхождения в категорию;
- ❑ переключатель **лексикографической** и **частотной** сортировки словаря;
- ❑ кнопку **<Загрузить словарь>**;
- ❑ строку ручного ввода слова для добавления к категории и кнопку **<Добавить слово>**;
- ❑ кнопки **<Сохранить категорию>**, **<Очистить слова>**, **<Помощь>** и **<Выход>**.

Простую категорию можно формировать либо вводя слово вручную, либо выбирая их из ранее созданного словаря.



Нажатие кнопки **<Загрузить словарь>** приведет к открытию окна, в котором будут выведены все ранее сформированные Вами словари. Выберите

необходимый для работы словарь. Он будет загружен в левое окно. Устанавливая переключатель сортировки Вы можете отсортировать словарь либо **лексикографически**, либо по **убыванию частоты** слов.

Для того, чтобы сформировать новую категорию, введите ее имя в **строку ввода имени категории** над правым списком, который пока что пуст. После этого вы можете отметить мышкой любое слово в словаре и нажатием верхней кнопки, расположенной между двумя списками, добавить слово к категории. Если Вам понадобится удалить одно слово из категории, то Вы совершаете обратное действие – отмечаете мышкой слово в списке категории и нажимаете расположенную между списками нижнюю кнопку. Если Вам понадобится удалить все слова из окна категории, то просто нажмите кнопку **<Очистить слова>**. Следует особо отметить, что нажатие кнопки **<Очистить слова>** приводит просто к очищению списка, но никак не затрагивает содержания категории, которая хранится на диске.

Может оказаться, что слова, которое Вы хотели бы добавить к категории, в словаре нет. В этом случае просто введите его в строку ручного ввода слова для добавления к категории и нажмите кнопку **<Добавить слово>**.

Перед сохранением категории Вы должны указать, какой тип обработки слов должен производиться перед тем, как проверять их на вхождение в данную категорию. Имеется ввиду **нормализация слов** и различие **строчных** и **ПРОПИСНЫХ** букв. Эти опции полностью аналогичны тем, которые устанавливаются при создании словаря. В общем случае, если Вы создаете категорию на основе какого-то созданного Вами словаря, то установка опций должна быть той же, что и при создании словаря.

Для сохранения сформированной категории на жесткий диск нажмите кнопку **<Сохранить категорию>**. Она будет сохранена в специальной директории **...\VAAL2000\Category** в файле с тем именем, которое Вы указали, и с расширением **cat**.

Все ранее созданные Вами категории доступны для модификации – пополнения новыми словами либо удаления некоторых ранее включенных слов. Справа от **строки ввода имени категории** имеется кнопка с направленной вниз стрелкой. При нажатии на эту кнопку откроется список с именами всех Вами ранее созданных категорий. При выборе любой из этих категорий происходит ее загрузка в окно словарного состава категории. После этого Вы можете начинать ее модифицировать.

Для удаления категории с диска загрузите ее и нажмите кнопку **<Удалить категорию>**.

Две оставшиеся кнопки **<Помощь>** и **<Выход>** не требуют особых комментариев.

Сложные категории

Вторая страница окна **Формирования категорий** предназначена для формирования **сложных** категорий. **Сложная** категория состоит не просто из отдельных слов, а из отдельных наборов слов. Например, чтобы идентифицировать в тексте упоминания о Черном и Средиземном море, мы могли бы составить сложную категорию **{(3,Черное, море), (2,Средиземное, море)}**. Эта категория состоит из двух наборов. В первый набор входит два слова **Черное, море** и число **3**. Число три указывает на максимальное расстояние между парой слов **Черное** и **море** в тексте, чтобы они могли считаться вхождением в категорию. Например, вхождениями в эту категорию будут словосочетания:

...бескрайнее **Черное море**....
 ...**море Черное** бескрайнее...
 ...**море** глубокое **Черное**...
 ...**море** бурное глубокое **Черное**...

В то же время словосочетание

...**море бурное** и глубокое **Черное**...

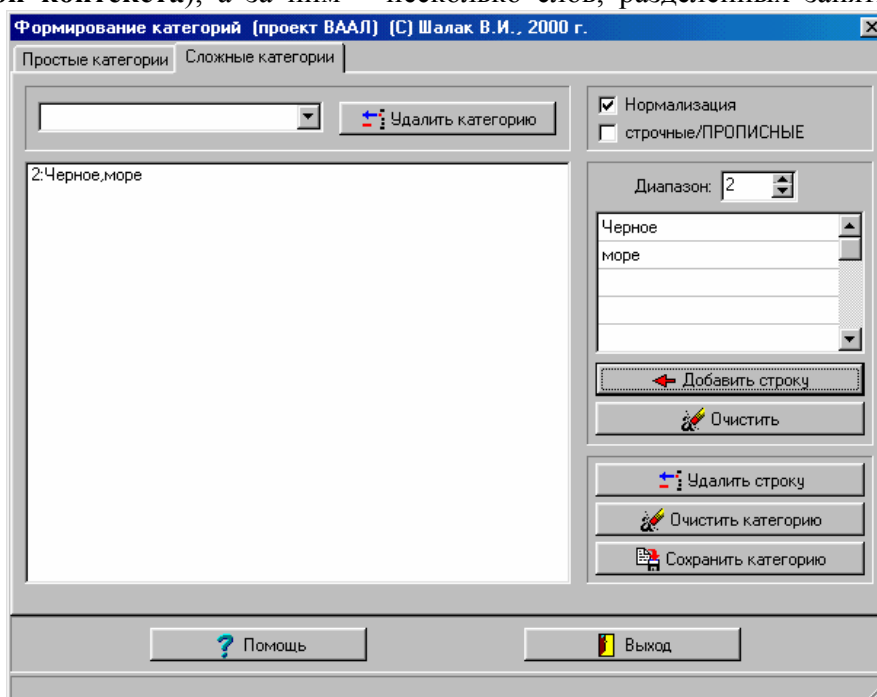
не является вхождением в эту категорию, так как расстояние между позициями слов **Черное** и **море** превышает 3, оно равно 4.

Для **Средиземного моря** требуется, чтобы расстояние между позициями слов **Средиземное** и **море** не превышало 2.

Страница содержит:

- окно для вывода состава категории;
- строку ввода имени категории и кнопку **<Удалить категорию>** для удаления категорий с диска;
- флаги **Нормализация** и **строчные/ПРОПИСНЫЕ** для указания типа обработки слов при обнаружении вхождения в категорию;
- окно ввода диапазона контекста;
- окно ввода словарного состава контекста;
- кнопок **<Добавить строку>**, **<Очистить>**, **<Удалить строку>**, **<Очистить категорию>**, **<Сохранить категорию>**, **<Помощь>** и **<Выход>**.

Сложные категории формируются исключительно вручную. Каждая сложная категория состоит из некоторого множества наборов слов. Каждый такой набор представлен в виде строки, на первом месте которой стоит целое число (**диапазон контекста**), а за ним – несколько слов, разделенных запятыми. Эти



слова назовем некоторым **контекстом**. Говорят, что сложная категория имеет вхождение в текст, если в имеется вхождение одновременно всех слов некоторого контекста (порядок несуществен), при котором расстояние между позициями вхождений крайних слов не превышает величины диапазона контекста.

Для того, чтобы сформировать новую категорию, введите ее имя в **строку ввода имени категории**. После этого введите в **окне ввода словарного состава контекста** введите необходимые слова. Каждое слово вводится в отдельной строке. Затем укажите диапазон контекста. Очевидно, что он не может быть меньше, чем количество слов контекста минус единица. Когда все будет сделано, нажмите кнопку **<Добавить строку>**. В левом **окне состава категории** появится строка контекста. Для ввода следующей строки контекста нажмите кнопку **<Очистить>**. Это приведет к очистке **окна ввода словарного состава контекста**.

Если Вам понадобится удалить одну из строк категории, то просто выделите ее мышкой и нажмите кнопку **<Удалить строку>**. Если понадобится очистить всю категорию, то нажмите кнопку **<Очистить категорию>**.

Для сохранения сформированной категории на жесткий диск нажмите кнопку **<Сохранить категорию>**. Она будет сохранена в специальной директории

...\VAAL2000\Category в файле с тем именем, которое Вы указали, и с расширением **cat**.

Две оставшиеся кнопки **<Помощь>** и **<Выход>** не требуют особых комментариев.

Встроенные категории

Система **ВААЛ-2000** распространяется вместе с набором встроенных категорий. Эти категории имеют значительную психологическую нагрузку и были составлены специалистами специально для решения ряда полезных задач. Пользователь не обязан оценивать все тексты по этим категориям. Он может легко изменить конфигурацию системы и временно исключить многие или даже все встроенные категории из оценки текстов. Тем не менее знание о задачах, которые позволяют решать эти категории, будет полезно всякому пользователю системы.

Непосредственное участие в создании набора встроенных категорий принимали **В.П.Белянин**, **М.Дымшиц** и **В.И.Шалак**

Подробно набор встроенных категорий описан в приложении к руководству.

Конфигурация категорий

Для удобства и наглядности представления результатов контент-анализа текста, категории объединяются в группы. Основаниями для этого служат различные содержательные соображения. Например, среди встроенных категорий есть группа категорий, представляющих различные акцентуации, другая группа представляет мотивы, которыми руководствуются люди в своих поступках, и т.д.

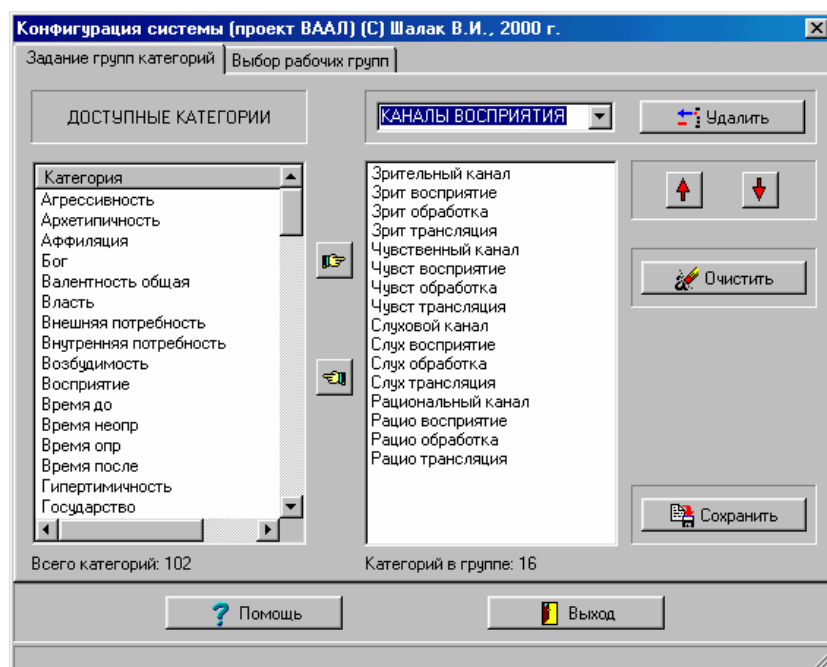
Пользователь имеет полный контроль над тем, как группировать категории. Это относится в том числе и ко встроенным категориям.

После выбора в меню системы пункта **<Конфигурация категорий>** появляется двустраничное диалоговое окно. Первая страница озаглавлена - **Задание групп категорий**, а вторая - **Выбор рабочих групп**.

На первой странице находятся:

- список всех доступных категорий;
- окно группы категорий;
- строка ввода имени группы категорий и кнопка **<Удалить>**;
- кнопки **<Очистить>**, **<Сохранить>**, **<Помощь>** и **<Выход>**.

Для того, чтобы сформировать группу категорий, введите для нее новое имя в **строке ввода имени группы категорий**. После этого Вы можете отметить в **списке всех категорий** интересующую Вас категорию и перенести ее в формируемую группу, нажав верхнюю из двух кнопок, расположенных справа от списка. Для того, чтобы удалить категорию из группы, отметьте ее мышкой и нажмите нижнюю кнопку. Чтобы удалить все категории из группы, достаточно нажать кнопку **<Очистить>**.



Чтобы изменить порядок категорий в группе, выделите любую категорию и, нажимая кнопки с красными стрелками, переместите ее вверх или вниз по списку.

Когда группа категорий будет сформирована, нажмите кнопку **<Сохранить>**.

Чтобы модифицировать ранее созданные группы категорий, нажмите на кнопку с маленькой стрелкой справа от **строки ввода имени группы категорий**. Раскроется список всех групп категорий, из которого Вы должны выбрать необходимую группу.

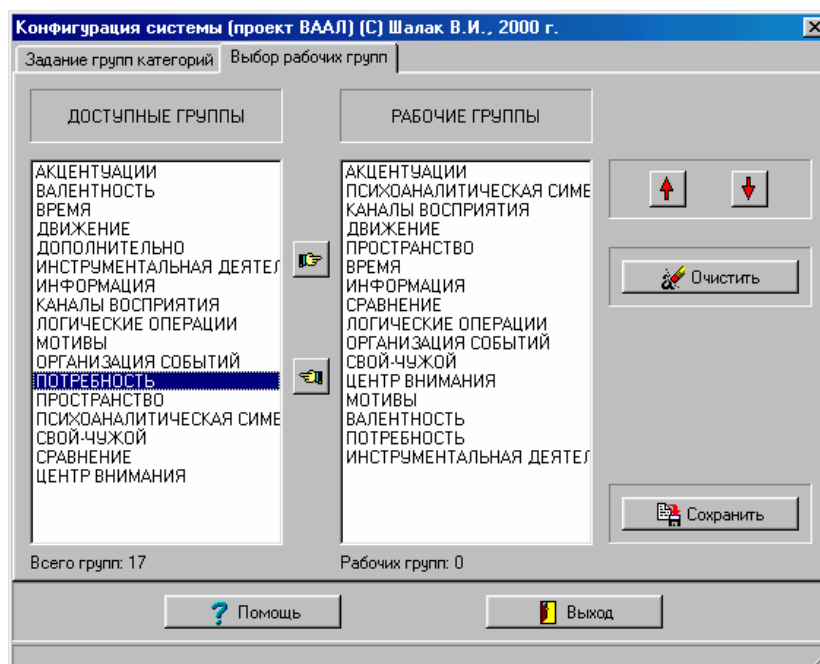
Чтобы удалить любую из групп категорий с диска, выберите в **строке ввода имени группы категорий** и нажмите кнопку **<Удалить>**.

Вторая страница предназначена для выбора тех категорий, которые Вы хотите применять при контент-анализе текста.

На второй странице находятся:

- ❑ список всех доступных групп категорий;
- ❑ список рабочих групп категорий;
- ❑ кнопки <Очистить>, <Сохранить>, <Помощь> и <Выход>.

В левом списке всех доступных групп категорий Вы отмечаете требуемые категории и нажатием кнопки переносите их в правый список рабочих групп. Убрать любую группу из списка рабочих групп Вы можете, отметив ее в правом списке и нажав нижнюю из двух кнопок слева от списка. Чтобы очистить весь список рабочих групп, нажмите на кнопку <Очистить>.



Порядок следования рабочих групп можно изменить, выделив любую из рабочих них и перемещая ее вверх или вниз по списку нажатием одной из двух кнопок с красными стрелками.

Когда работа будет завершена, нажмите на кнопку <Сохранить>, чтобы запомнить требуемую конфигурацию рабочих категорий.

Контент-анализ текста

Чтобы приступить к контент-анализу текста, должны быть сформированы категории и задана их конфигурация. По умолчанию система **ВААЛ-2000** уже

имеет большой набор встроенных категорий с заданной конфигурацией. Эти категории позволяют произвести общий психолингвистический анализ текста. Для решения конкретной задачи может потребоваться сформировать дополнительные категории, но это уже целиком зависит от пользователя и его понимания методов контент-анализа.

После выбора в меню системы пункта **<Контент-анализ текста>** будет произведено двойное сканирование текста и появится шестистраничное окно **Контент-оценки текста**.

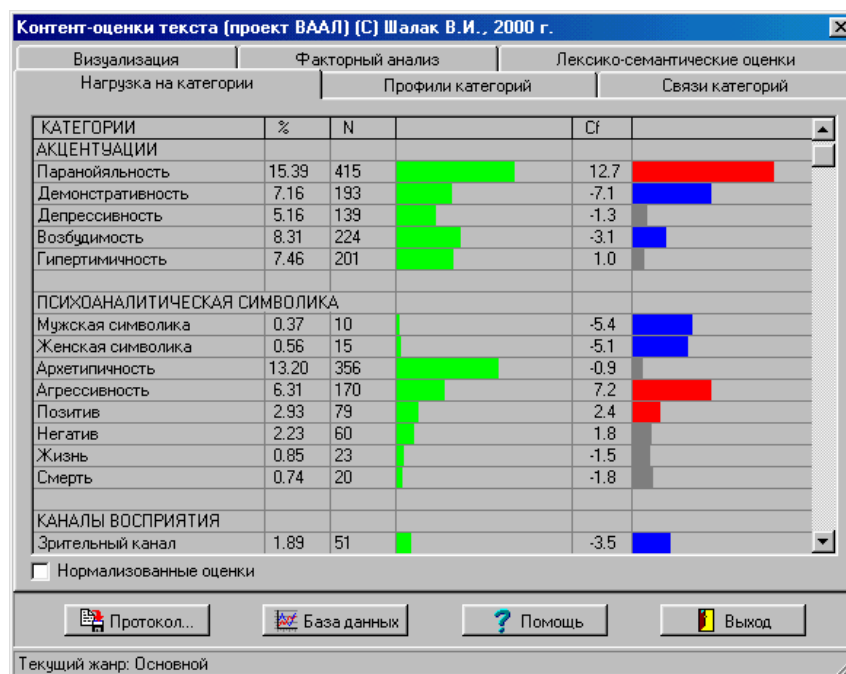
Страницы имеют следующие названия:

- Нагрузка на категории;
- Профили категорий;
- Связи категорий;
- Визуализация;
- Факторный анализ;
- Эмоционально-лексические оценки.

Нагрузка на категории

Анализ используемой человеком лексики и особенностей ее употребления позволяет получить много полезной информации. Путем такого анализа система **ВААЛ** позволяет оценить различные характеристики текста и его автора.

Таблица, представленная на первой странице, содержит общие категорино-статистические оценки текста.



- **первая** колонка - имя категории;
- **вторая** колонка - процент слов данной категории от общего объема текста;
- **Третья** колонка - количество слов данной категории, встретившихся в анализируемом тексте;
- **четвертая** колонка - гистограмма для визуального представления количественных характеристик распределения;
- **пятая** колонка - оценка отклонения количества встретившихся слов данной категории от среднеязыковой нормы. Это традиционная оценка в контент-анализе, известная как **z-score**. Подсчитывается она по следующей формуле: $(N-E)/(\text{стандартное отклонение})$, где **N** - количество слов данной категории, встретившихся в анализируемом тексте, а **E** - ожидаемое число вхождений слов данной категории в текст;
- **шестая** колонка - гистограмма для визуального представления оценки отклонения количества встретившихся слов данной категории от среднеязыковой нормы. Красный цвет соответствует значительному превышению нормы, синий - значительному отклонению в меньшую сторону, серый - несущественному отклонению от нормы.

При подсчете ожидаемого числа слов некоторой категории в тексте учитывается длина этого текста (в словах) и нормальная частота встречаемости слов категории в языке. В целом для языка нормальная частота встречаемости взята из "**Частотного словаря русского языка**" 1977 г. под ред. Л.Н.Засориной. Так как частоты встречаемости слов меняются со временем, отличаются у различных слоев населения, профессиональных групп и пр., то для учета этого как раз и служат **жанры** в системе **ВААЛ-2000**.

Жанр, относительно которого производится оценка, указан в статусной строке окна. В основном жанре используются нормальные частоты из словаря Л.Н.Засориной. Эти частоты сопоставлены на этапе создания системы только встроенным категориям. Поэтому, если Вы оцениваете текст относительно основного жанра, то для сформированных Вами категорий пятая и шестая колонки таблицы будут пусты. При оценке относительно производных жанров эти колонки будут заполнены, но в этом случае необходимо соблюдение некоторых предосторожностей, о которых сказано разделе помощи, посвященном созданию жанров.

Под таблицей находится флаг **Нормализованный оценки**. Если его установить, то оценки будут пересчитаны для текста длиной в 1000 слов. Это удобно для сравнения текстов различной длины.

Если вы хотите сохранить оценки текста в файл для последующего использования, то нажмите кнопку **<Протокол>**. В появившемся окне вам необходимо указать имя файла. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Для хранения протоколов по умолчанию используется специальная директория **...\VAAL2000\Protocol**.

В ряде случаев возникает задача вторичной математической обработки результатов оценки текстов. Для сохранения и накопления результатов оценки вы можете воспользоваться кнопкой **<База данных>**. При нажатии на нее вам будет предложено сохранить оценки текста в файле. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Накопив в одном файле оценки текстов, вы можете затем их подвергнуть либо факторному анализу с использованием соответствующего модуля системы **ВААЛ-2000**, либо более изощренным видам анализа с использованием таких известных систем как **Statistica** и **SPSS**. Файлы данных хранятся в специальной директории **...\VAAL2000\Data**. Система сохраняет данные в файлах с расширением ***.cld**. Вам не нужно беспокоиться о правильном расширении файла. Система сделает это за Вас.

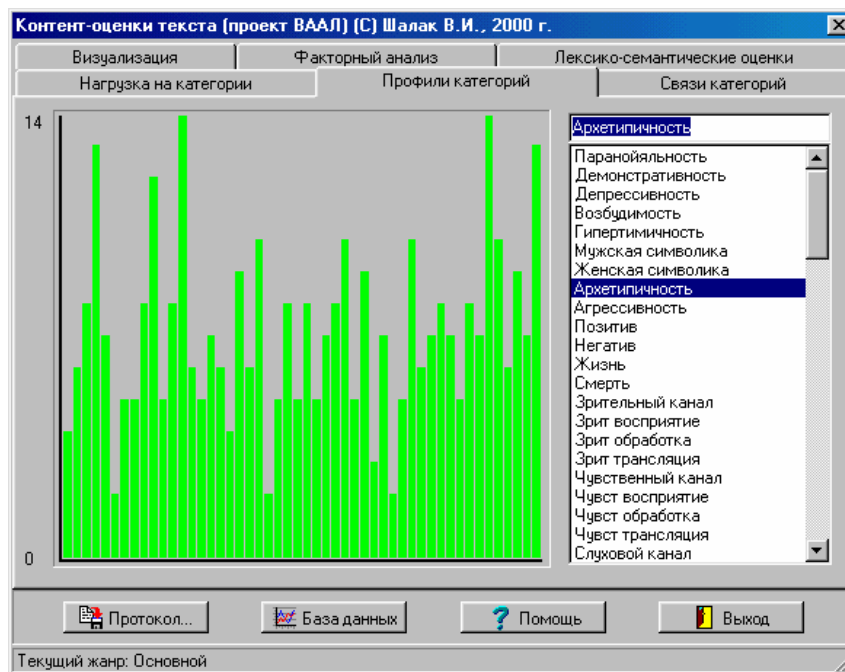
Профили категорий

Очевидно, что слова различных категорий распределены в тексте неравномерно. Знание такого распределения позволяет получить информацию об акценте на те или иные категории в разных частях текста.

На второй странице имеются:

- окно профиля категорий;
- список категорий.

Для построения профиля категорий текст разбивается на 50 примерно равных по длине отрезков и для каждого из них подсчитывается, сколько раз встретились в нем слова той или иной категории. В зависимости от этого и вычерчивается график.



Чтобы получить профиль для конкретной категории, следует выбрать ее в списке справа.

Установив курсор на один из столбиков профиля категории и дважды щелкнув левой кнопкой мышки, Вы можете закрыть окно и установить курсор в начало того куска текста, который соответствует выбранному столбику.

Если вы хотите сохранить профили категорий в файл для последующего использования, то нажмите кнопку **<Протокол>**. В появившемся окне вам необходимо указать имя файла. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Для хранения протоколов по умолчанию используется специальная директория *...\VAAL2000\Protocol*. *Следует учесть при этом, что в файл протокола сохраняются профили всех категорий, а не только той, которая выбрана в списке.*

В ряде случаев возникает задача вторичной математической обработки профилей категорий. Для сохранения и накопления профилей вы можете воспользоваться кнопкой **<База данных>**. При нажатии на нее вам будет предложено сохранить профиль в файле. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Накопив в одном файле профили

категорий, вы можете затем их подвергнуть либо факторному анализу с использованием соответствующего модуля системы **ВААЛ-2000**, либо более изощренным видам анализа с использованием таких известных систем как **Statistica** и **SPSS**. Файлы данных хранятся в специальной директории ...**VAAL2000\Data**. Система сохраняет данные в файлах с расширением ***.cpr**. Вам не нужно беспокоиться о правильном расширении файла. Система сделает это за Вас. *Следует учесть при этом, что в отличие от протокола в файл сохраняется профиль лишь той категории, которая выбрана в списке.*

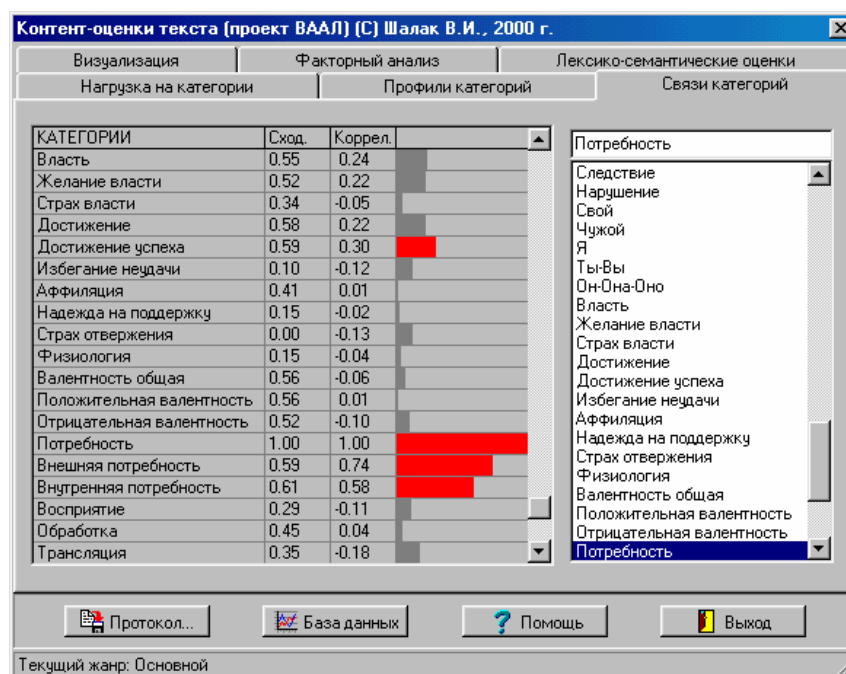
Связи категорий

Что мы получим, если вычислим коэффициент корреляции между профилями двух категорий? Мы получим оценку силы и вида (положительной/отрицательной) связи между двумя этими категориями в анализируемом тексте (в голове автора текста).

Таблица, представленная на третьей странице, содержит оценки связи между категориями.

- **первая** колонка - имя категории;
- **вторая** колонка - коэффициент сходства (от 0 до +1);
- **третья** колонка - коэффициент корреляции (от -1 до +1);
- **четвертая** колонка - график для визуального представления корреляционной силы связи между категориями. Красный цвет - положительная связь, синий - отрицательная, серый - связь незначимая.

Для того, чтобы получить связи конкретной категории с другими, достаточно выбрать ее в списке справа. Особенно интересными и информативными могут оказаться не связи между встроенными категориями, а между встроенными и сформированными пользователем категориями. Например, Вы можете создать категорию, представляющую известного политика, и оценить в некотором тексте ее связи с психологически нагруженными категориями. В этом случае Вы получите психологический портрет политика каким его видит автор текста.



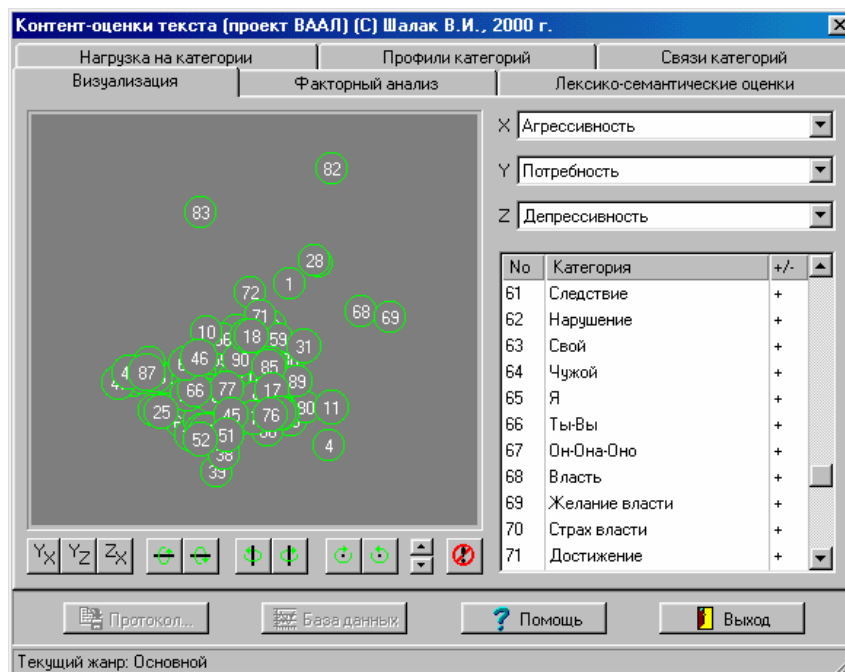
Если вы хотите сохранить связи категорий в файл для последующего использования, то нажмите кнопку **<Протокол>**. В появившемся окне вам необходимо указать имя файла. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Для хранения протоколов по умолчанию используется специальная директория **...\VAAL2000\Protocol**.

В ряде случаев возникает задача вторичной математической обработки связей категорий. Для сохранения и накопления связей вы можете воспользоваться кнопкой **<База данных>**. При нажатии на нее вам будет предложено сохранить связи в файле. Если указано имя уже существующего файла, то данные добавляются в его конец. Накопив в одном файле связи категорий, вы можете затем их подвергнуть либо факторному анализу с использованием соответствующего модуля системы **ВААЛ-2000**, либо более изощренным видам анализа с использованием таких известных систем как **Statistica** и **SPSS**. Файлы данных хранятся в специальной директории **...\VAAL2000\Data**. Система сохраняет данные в файлах с расширением ***.ccn**. Вам не нужно беспокоиться о правильном расширении файла. Система сделает это за Вас.

Визуализация

Если при анализе текста используется много категорий, то бывает трудно охватить и осмыслить существующие между ними связи. Существуют два выхода из этой ситуации. **Первый** - сохранить результаты в **Базу данных** и затем

проанализировать их с помощью одного из статистических пакетов. **Второй** - произвести непосредственную визуализацию связей.



Идея визуализации заключается в следующем. Возьмем произвольную категорию и назовем ее (горизонтальной) осью **X**. Вычислив корреляционные связи этой категории со всеми остальными, мы получим некоторые координаты от -1 до +1 этих категорий на оси **X**. Возьмем теперь другую категорию и назовем ее (вертикальной) осью **Y**. Вычислим корреляционные связи второй категории со всеми остальными и получим их координаты на оси **Y**. То же самое повторим для третьей категории - оси **Z**.

Итак, мы получили координаты всех категорий в некотором трехмерном пространстве. Осталось их отобразить. Именно это и делается на странице **визуализации**.

Справа сверху имеются три строки с именами категорий, обозначенные буквами **X**, **Y** и **Z**. Это три условных координатных оси. Имена категорий в строках легко изменить, выбрав их из выпадающих вниз списков.

Ниже находится список пронумерованных категорий.

Слева на фоне темно-серого квадрата изображены цифры, обведенные окружностями. Каждая цифра соответствует номеру категории. Визуализация

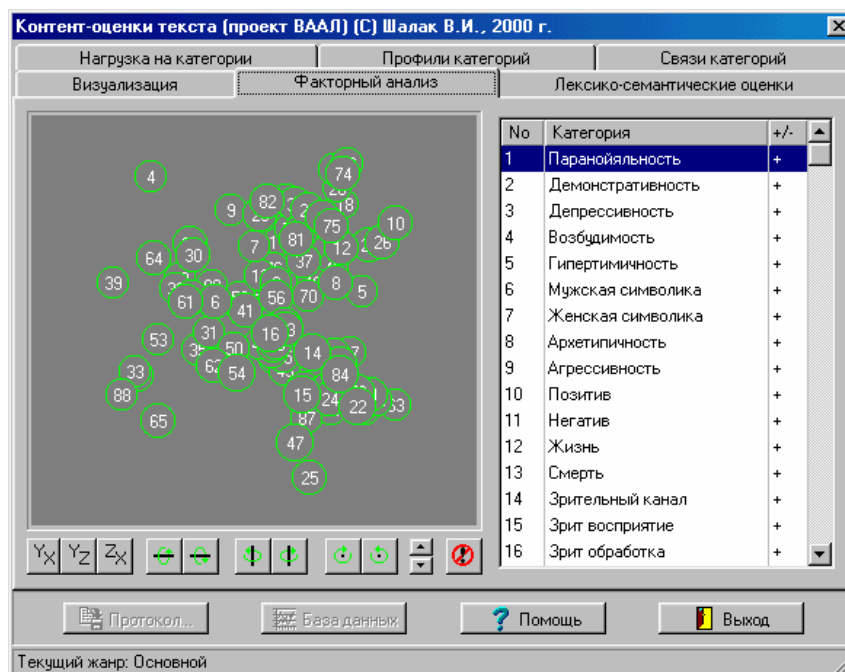
производится в псевдо-трехмерном пространстве. Диаметр окружности вокруг цифры соответствует степени близости к вам.

Кнопки слева внизу позволяют вам производить вращение в пространстве. Это позволяет более интуитивно представить взаиморасположение категорий в пространстве. Скорость вращения можно регулировать. Три левых крайних кнопки соответствуют трем фиксированным проекциям в двумерное пространство.

Зачастую слишком большое число используемых категорий мешает их адекватному пространственному восприятию. Пользователь имеет возможность указать системе на то, чтобы она не отображала некоторые категории. Для этого достаточно в списке категорий выбрать нужную и щелкнуть на ней два раза мышкой. Справа от нее маленький знак + (плюс) будет заменен на - (минус) и изображение кружка с номером категории исчезнет. Повторный щелчок на той же категории приведет к ее появлению.

Факторный анализ (контент-анализ)

При контент-анализе текста факторизации подвергаются профили категорий. Это позволяет более наглядно представить связи между категориями в анализируемом тексте.



Справа находится список пронумерованных категорий.

Слева на фоне темно-серого квадрата изображены цифры, обведенные окружностями. Каждая цифра соответствует номеру категории. Отображение

производится в псевдо-трехмерном пространстве. Диаметр окружности вокруг цифры соответствует степени близости к вам.

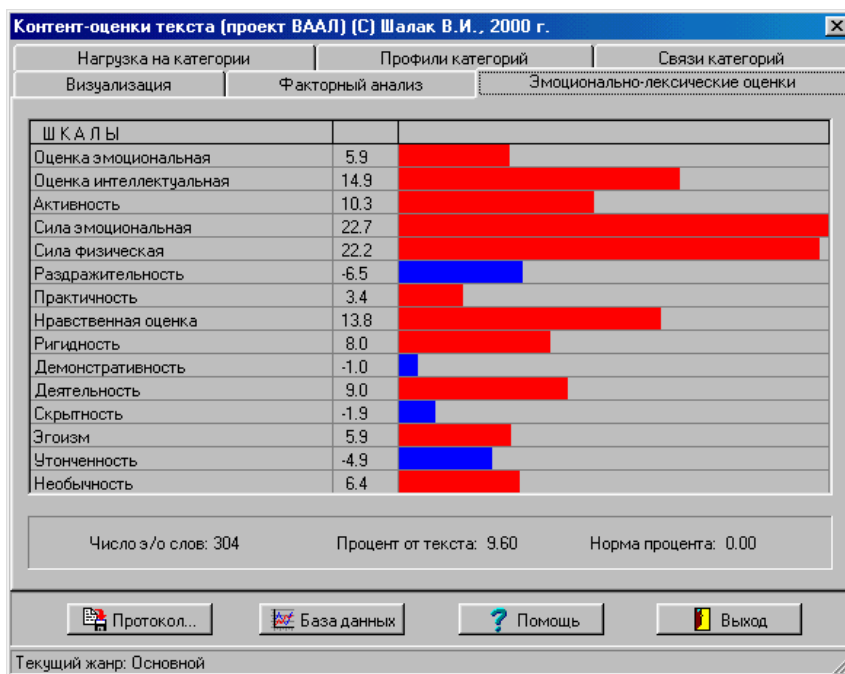
Кнопки слева внизу позволяют вам производить вращение в пространстве. Это позволяет более интуитивно представить взаиморасположение категорий в пространстве. Скорость вращения можно регулировать. Три левых крайних кнопки соответствуют трем фиксированным проекциям в двумерное пространство.

Зачастую слишком большое число используемых категорий мешает их адекватному пространственному восприятию. Пользователь имеет возможность указать системе на то, чтобы она не отображала некоторые категории. Для этого достаточно в списке категорий выбрать нужную и щелкнуть на ней два раза мышкой. Справа от нее маленький знак + (плюс) будет заменен на - (минус) и изображение кружка с номером категории исчезнет. Повторный щелчок на той же категории приведет к ее появлению.

Факторизация производится методом центроидов.

Эмоционально-лексические оценки

Категории эмоционально-лексической оценки позволяют оценить эмоциональный фон текста. Эмоции включают непосредственное переживание значимости действующих на индивида явлений и ситуаций для осуществления его деятельности («состояние»), прогноз результатов деятельности («ожидания») и оценка личности, деятельности или результатов деятельности другими людьми («оценка»).



Эмоциональный контекст деятельности описывается людьми не только через использование соответствующих собственно эмоциональных (радость, радостный, грусть, грустный), но и «общеоценочных» (хорошо, плохо) слов. Также эмоциональный контекст задается номинализациями, используемыми для названия других участников ситуации. Строго говоря, использование эмоциональных слов для описания ситуации (события) является следствием проекции и антропификации самой ситуации (т.е. рассмотрение ситуации как субъекта самой себя, типичная фраза «... ситуация развивалась сама по себе»), предметов, природных явлений и т.д., так или иначе считающихся важным говорящим для описания ситуации. Соответственно, для выявления эмоционального фона ситуации необходим учет следующих групп слов:

- **общеоценочные слова** (хорошо, плохо, тяжело и т.д.);
- **прилагательные и номинализации**, используемые для описания и оценки человека, включая наиболее распространенные метафоры;
- **глаголы**, описывающие эмоциональные реакции человека.

В отличие от других мотивационных категорий, отнесение конкретного слова к той или иной категории весьма затруднительно по многозначности большинства слов описания «эмоций». Кроме того, для описания эмоций больше подходит не «категоризационная» схема описания, а «континуальная», т.е. не отнесение слова к той или иной смысловой категории, а определение значения слова на определенной смысловой шкале (как правило, биполярной, но не обязательно симметричной). В качестве таких «смысловых шкал» нами использовались 15 факторов, выделенных А.Г.Шмелевым и В.И.Похилько (1982-1988, программа ТЕЗАЛ). При такой подходе каждое слово оценивается по всем пятнадцати шкалам, а

«эмоциональный» профиль деятельности задается оценкой участников, их переживаниями, ожиданиями и т.д.

В качестве примеров в таблице представлены слова, имеющие максимальные, минимальные значения по шкале («пример полюса»), и слова, которые по данной шкале имеют «нулевые значения» (т.е. этот критерий к ним не применим). Использование факторной модели избавило нас от введения многочисленных категорий (по данным А.Г.Шмелева, их может быть не менее 112) и проблем, связанных с известным сравнением «умных» и «красивых».

Смысловая шкала	Пример полюса (-)	Центр шкалы (0)	Пример полюса (+)
Оценка эмоциональная	Злой, бесчеловечный	Говорун, конспиратор	Добрый, сердечный
Оценка интеллектуальная	Глупый, тупица	Отщепенец, филантроп	Думающий, просвещенный
Активность	Апатичный	Немилосердный, противный	Оживленный
Сила эмоциональная	Небрежный	Отчаянный, кровосос	Обязательный
Сила физическая	Слабый, тряпка	Жадина, циник	Сильный, боец
Раздражительность	Покладистый, спокойный	Безвольный, безгрешный	Невыдержанный
Практичность	Наивный	Бука, волокита	Опытный, практичный
Нравственная оценка	Лгун	Бодрый, веселый	Незапятнанный, праведный
Ригидность	Соглашатель	Белоручка, бравый	Неуступчивый
Демонстративность	Непритязательный	Балбес, безграмотный	Избалованный, капризный
Деятельность	Волокитчик	Артистичный, бандит	Дельный, деловой
Скрытность	Раскрепощенный	Бесконфликтный, вор	Нелюдимый
Эгоизм	Непритязательный	Безудержный, ветренный	Гордец, самолюбивый
Утонченность	Наглый, невежливый	Безответственный, бродяга	Изысканный, музыкальный
Необычность	Типичный	Аккуратный, беспощадный	Необычный

При анализе по факторам эмоциональной оценки появляется возможность определить основные критерии и значения по ним, применяемые автором текста.

Эмоционально-лексические оценки вычисляются путем подсчета средних величин по каждой из шкал. Если полученная оценка положительна, то строка

гистограмм имеет красный цвет, если отрицательна - синий. В нижней части окна приведены:

- количество эмоционально-оценочных слов в тексте;
- процент эмоционально-оценочных слов от всех слов анализируемого текста;
- нормальный процент эмоционально-оценочных слов в русском языке/жанре.

Контекстный контент-анализ

В анализируемом тексте одновременно может быть несколько предметов обсуждения. Например, несколько людей. Можно ли автоматически проанализировать, что о ком и как говорится? Именно для решения этих задач и предназначен контекстный контент-анализ.

В основе контекстного контент-анализа лежит следующее. Для произвольной категории и произвольного текста мы можем выделить вхождения слов этой категории в анализируемый текст. Если для каждого такого вхождения взять его контекст (ближайшие расположенные к нему слова текста), то совокупность этих контекстов сама может быть подвергнута контент-анализу.

Например, если у нас есть категория, состоящая из одного слова **Зюганов**, то очевидно, что при анализе прессы в одних с ней контекстах чаще, чем во всем тексте, будут употребляться слова **Геннадий**, **коммунист** и пр. Кроме этого можно ожидать, что нагрузка на различные категории в этих контекстах также будет отличаться от нагрузки на них во всем тексте. То же самое будет справедливо и для лексико- и фоносемантических оценок. Отсюда уже можно делать выводы о психологическом портрете **Зюганова** в анализируемой прессе и т.д.

Контекстная категория

Если Вы выберете в меню системы пункт <Контекстный анализ>, появится диалоговое окно **Выбора контекстной категории**. В окне имеются:

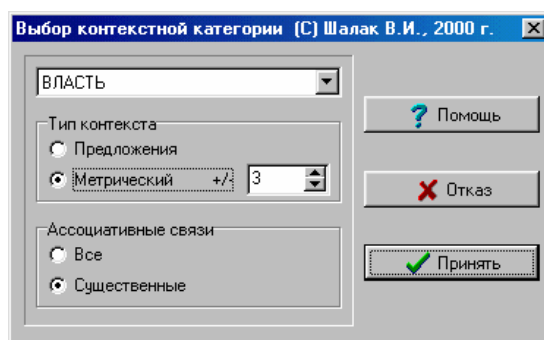
- список категорий для выбора;
- переключатель **Типа контекста**;
- переключатель **Ассоциативных связей**;
- кнопки <Помощь>, <Отказ>, <Принять>.

Категорию, контекст которой будет анализироваться, следует выбрать из разворачивающегося списка всех доступных категорий. В число доступных входят только простые категории и встроенные.

После того, как категория будет выбрана, следует указать, что считать ее

контекстом. Есть два варианта:

- **первый**: контекст - это те слова, которые одновременно с категорией входят в одни и те же предложения;
- **второй**: контекст определяется метрически посредством расстояния от входящих слов категории. Т.е. если Вы задаете метрический контекст +/- 3, то это будет означать, что в контекст категории попадут по три слова, предшествующих вхождению слов категории, и по три - следующих за ним. При этом расстояние считается лишь в пределах одного предложения.



Очевидно, что если Вы зададите слишком большой метрический контекст, например +/- 50, то он будет равнозначен контексту - предложению, так как в русском языке предложения длиной более 50 слов встречаются очень редко.

Переключатель **Ассоциативных связей** указывает, какие слова выводить в списке ассоциативных связей. Возможны два варианта:

- **первый**: выводить все слова, входящие в исследуемый контекст;
- **второй**: выводить лишь те слова, которые существенно связаны с контекстной категорией.

Нажав кнопку **<Принять>**, Вы даёте системе команду начать контекстный анализ текста. После двойного сканирования текста появится четырехстраничное диалоговое окно с результатами анализа.

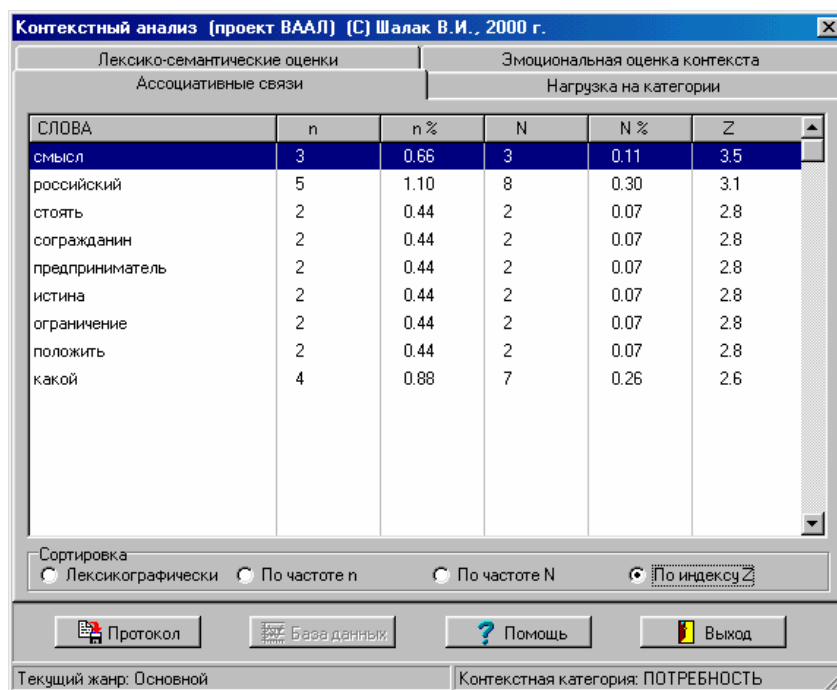
Ассоциативные связи

На первой странице окна **Контекстного анализа** приведена таблица слов, которые входят в контекст существенно чаще, чем во весь текст. Эти слова можно назвать характеристическими для контекста или ассоциативно с ним связанными.

Для каждого слова указаны следующие оценки:

- **n** - частота слова в контексте;
- **n%** = $(n/\text{длина контекста}) * 100$;
- **N** - частота слова во всем тексте;

- $N\% = (N/\text{длина всего текста}) * 100$;
- $Z = (n-E)/(\text{стандартное отклонение})$, где E - ожидаемое число появлений слова в ассоциативном контексте. Z - это традиционная оценка в контент-анализе, известная как **z-score**.



СЛОВА	n	n %	N	N %	Z
смысл	3	0.66	3	0.11	3.5
российский	5	1.10	8	0.30	3.1
стоять	2	0.44	2	0.07	2.8
согражданин	2	0.44	2	0.07	2.8
предприниматель	2	0.44	2	0.07	2.8
истина	2	0.44	2	0.07	2.8
ограничение	2	0.44	2	0.07	2.8
положить	2	0.44	2	0.07	2.8
какой	4	0.88	7	0.26	2.6

Список слов Вы можете упорядочить одним из четырех способов: **лексикографически**, по частоте **n**, по частоте **N** и по оценке **Z**.

Нажав на кнопку <Протокол>, Вы можете сохранить результаты анализа в текстовом файле протокола. Для этого достаточно всего лишь ввести имя нового протокола или выбрать уже существующий. В последнем случае данные будут дописаны в конец файла.

Нагрузка на категории (контекстный контент-анализ)

На второй странице окна **Контекстного анализа** приведена таблица общих категорию-статистические оценок контекста. Эта таблица имеет ту же структуру, что и таблица оценок всего текста.

Лексико-семантические оценки		Эмоциональная оценка контекста	
Ассоциативные связи		Нагрузка на категории	
КАТЕГОРИИ	%	N	Cf
МОТИВЫ			
Власть	11.40	52	7.1
Желание власти	7.89	36	6.1
Страх власти	1.10	5	1.2
Достижение	3.51	16	3.4
Достижение успеха	3.29	15	3.1
Избегание неудачи	0.22	1	2.3
Аффиляция	0.88	4	-0.7
Надежда на поддержку	0.22	1	-0.8
Страх отвержения	0.00	0	-0.2
Физиология	0.44	2	-0.1
ВАЛЕНТНОСТЬ			
Валентность общая	21.71	99	1.6
Положительная валентность	7.68	35	-0.7
Отрицательная валентность	14.04	64	2.6
ПОТРЕБНОСТЬ			
Потребность	0.00	0	-1.6

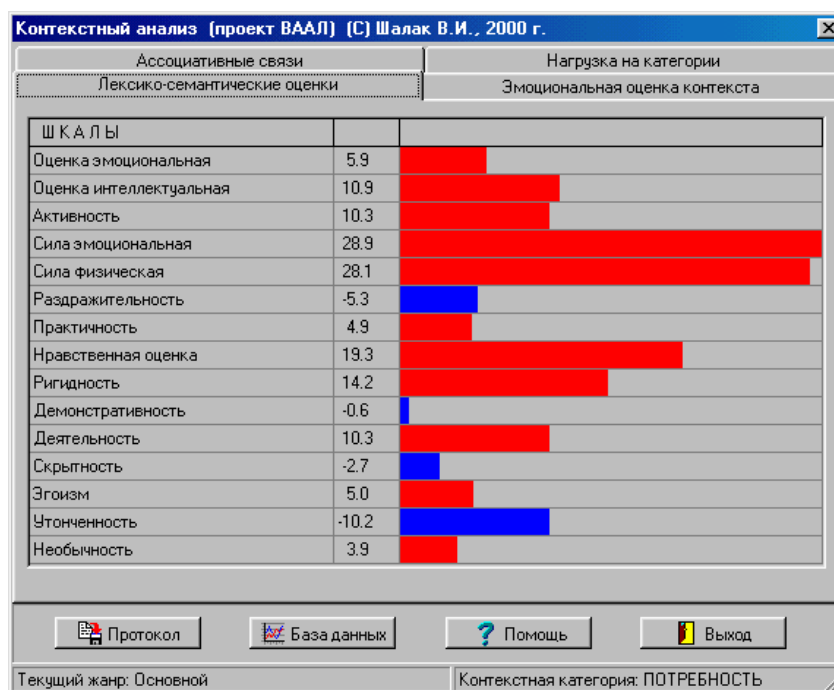
Нормализованные оценки

Протокол База данных ? Помощь ⚡ Выход

Текущий жанр: Основной Контекстная категория: ПОТРЕБНОСТЬ

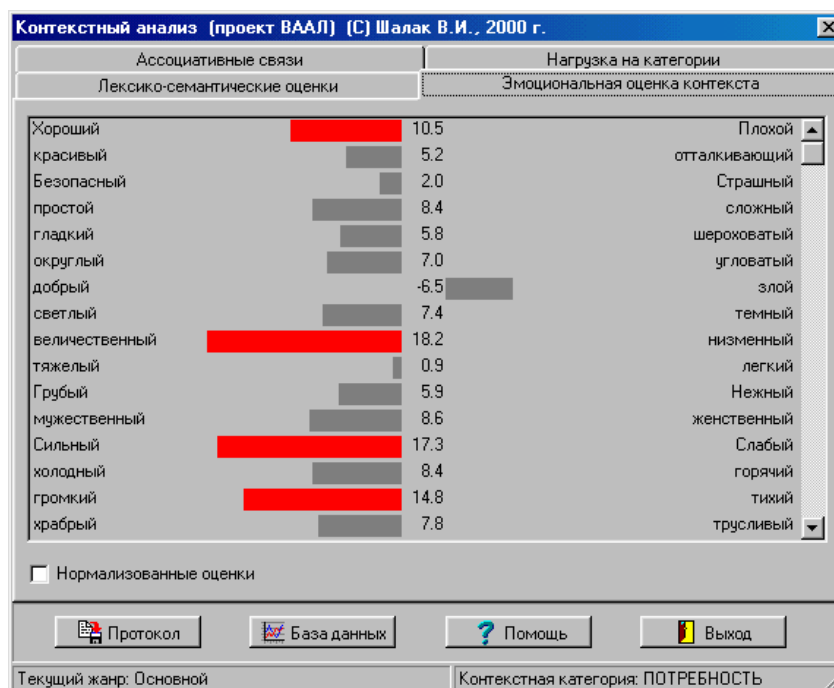
Эмоционально-лексические оценки (контекстный контент-анализ)

На третьей странице окна **Контекстного анализа** приведена таблица эмоционально-лексических оценок контекста. Эта таблица имеет ту же структуру, что и аналогичная таблица эмоционально-лексических оценок всего текста.



Фоносемантические оценки (контекстный контент-анализ)

На четвертой странице окна **Контекстного анализа** приведена таблица фоносемантических оценок контекста. Эта таблица имеет ту же структуру, что и аналогичная таблица оценок эмоционального воздействия всего текста.



Автоматическая категоризация

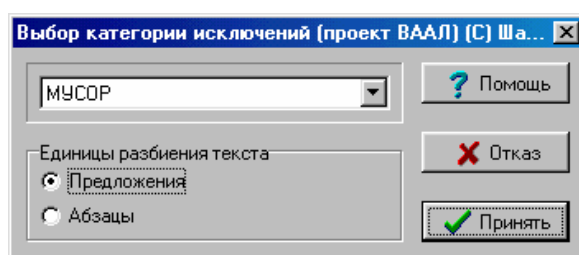
ВААЛ-2000 предоставляет возможность автоматической категоризации входящих в текст слов. Т.е. возможность разбиения слов на группы взаимосвязанных между собой. Например, представим, что в некотором тексте ругают одного политика и хвалят другого. Тогда в результате автоматической категоризации могут быть выделены по крайней мере две группы слов. **Первая:** фамилия первого политика и ругательные слова. **Вторая:** фамилия второго политика и хвалебные слова. Можно сказать, что с помощью автоматической категоризации можно выделять присутствующие в тексте темы.

Если Вы выберете в меню системы пункт <Автоматическая категоризация>, появится диалоговое окно **Выбора категории исключений**. В окне имеются:

- список всех доступных категорий;
- кнопки <Экспресс кат.>, <Помощь>, <Отказ>, <Принять>.

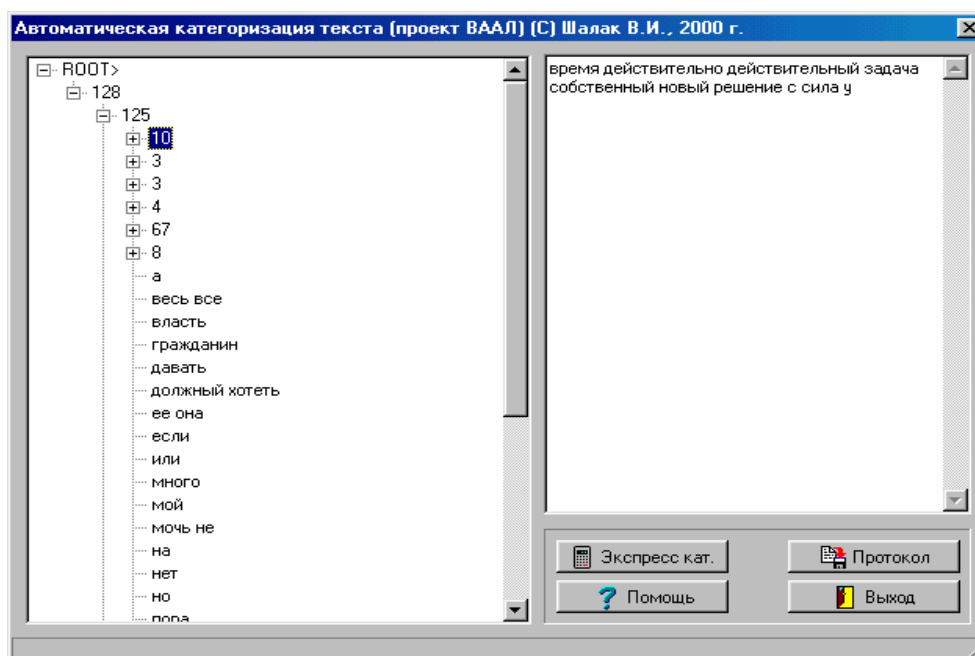
Категория исключений - это категория, слова которой не должны учитываться при автоматической категоризации. Она задается самим пользователем и может состоять, например, из служебных слов - союзов, предлогов, междометий и пр. Служебные слова, как правило, мешают работе алгоритма, вносят искажения в результат. Поэтому мы рекомендуем задавать такую категорию исключений. Тем не менее данная рекомендация не является обязательной.

Чтобы задать категорию исключений, требуется выбрать соответствующую категорию из списка всех категорий.



Также следует уазать единицу разбиения текста - предложение или абзац. Если текст короткий, то рекомендуется выбрать **предложение**, если же он состоит из большого числа абзацев, то выбирают **абзац**.

После нажатия кнопки **<Принять>** система произведет двойное сканирование текста и либо сообщит о том, что текст слишком короткий, чтобы была возможна категоризация, либо отобразит окно с результатами работы. Это окно имеет простую структуру. В левой половине окна представлено дерево групп взаимосвязанных слов, а в правой половине - текстовое поле, в котором выводится



содержимое этих групп, и кнопок - <Экспресс кат.>, <Протокол>, <Помощь>, <Выход>.

Разбиение слов на группы производится по специальному алгоритму. Сила связи между словами в группе определяется специальным коэффициентом, который может изменяться от 0 до 1. Чем больше значение коэффициента, тем на большее число групп разбиваются слова текста. В окне представлены шаги работы алгоритма для изменения коэффициента от 0.1 до 0.9. Чем больше значение коэффициента взаимосвязи, тем сильнее связаны между собой слова в группе.

Для представления дерева слов используется хорошо известная в операционной системе **Windows** структура. Для обозначения узлов дерева используются цифры. Они указывают на то, сколько слов связано с этим узлом, (какова величина группы взаимосвязанных слов). Для того, чтобы просмотреть содержимое этой группы, просто установите указатель мыши на интересующий вас узел дерева и нажмите левую кнопку. В правом окне будет выведено содержимое группы. Вы можете его несколько отредактировать (удалить некоторые строки, добавить свои комментарии) и сохранить в протокол .

Чтобы просмотреть структуру дерева ниже некоторого узла, установите указатель мыши на крестик слева от узла и нажмите левую кнопку.

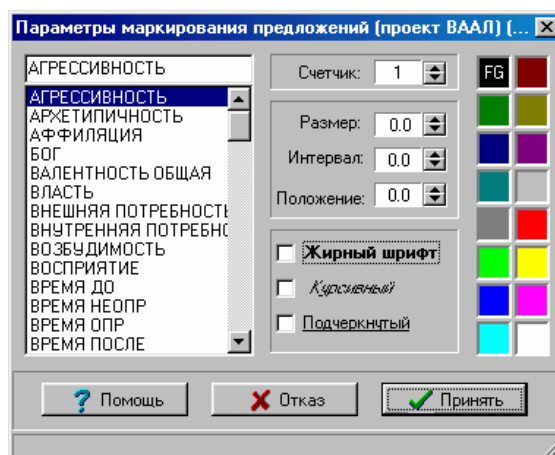
Если Вы хотите преобразовать некоторую группу слов в категорию, выведите ее в правое окно и нажмите кнопку <Экспресс кат.>. Система запросит у Вас название, под которым следует сохранить вновь сформированную категорию. В дальнейшем новая категория может быть подвергнута контекстному анализу для определения характеристик ее употребления в тексте.

Маркирование предложений

Иногда возникает необходимость найти в тексте и каким-либо образом выделить предложения, в которых встречаются слова некоторой категории. Система предлагает удобные средства для решения этой задачи. А именно, Вы можете:

- выбрать целевую категорию, слова которой должны быть выделены в тексте;
- указать, не менее сколько слов целевой категории должно встретиться в предложении для его выделения;
- выбрать шрифт с подчеркиванием;
- выбрать курсивный шрифт;
- выбрать жирный шрифт;
- изменить размер шрифта;
- установить разрядку между буквами слова;
- установить смещение слов относительно строки;

- выбрать цвет выделения.

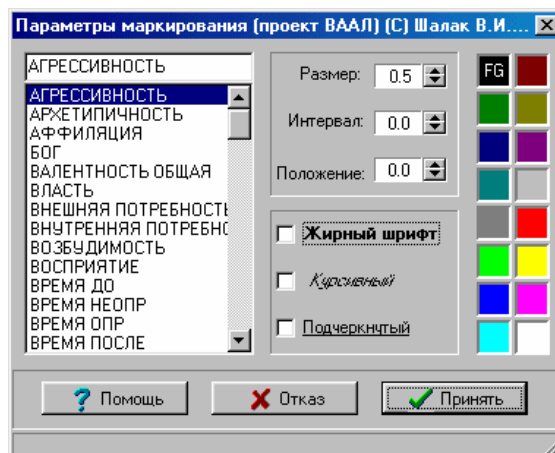


Возможна любая комбинация из перечисленных опций.

Маркирование слов категории

Иногда возникает необходимость найти в тексте и каким-либо образом выделить слова некоторой категории. Система предлагает удобные средства для решения этой задачи. А именно, Вы можете:

- выбрать целевую категорию, слова которой должны быть выделены в тексте;
- выбрать шрифт с подчеркиванием;
- выбрать курсивный шрифт;
- выбрать жирный шрифт;
- изменить размер шрифта;
- установить разрядку между буквами слова;
- установить смещение слов относительно строки;
- выбрать цвет выделения.



Возможна любая комбинация из перечисленных опций.

Протоколы и текстовые базы данных

Система **ВААЛ-2000** позволяет сохранять результаты анализа в протоколы и текстовые базы данных.

Протоколы предназначены для того, чтобы результаты анализа, представленные в таблицах, могли быть сохранены на жесткий диск и в последующем распечатаны на принтере.

Вы можете указать один из двух типов файлов - **псевдографика** и **таблица**. **В первом случае** в файле протокола будет использована псевдографика для представления гистограмм. Для качественного их отображения на мониторе и принтере рекомендуется при загрузке в редакторы использовать моноширинные шрифты типа **Courier**. Лишь в этом случае будут сохранены требуемые пропорции. **Во втором случае** гистограммы не отображаются, и результаты анализа сохраняются с использованием в качестве разделителя символа табуляции. При последующем импорте файла протокола в редактор **Word** сохраненные результаты анализа легко преобразуются в табличный вид.

Текстовые базы данных предназначены для накопления результатов анализа с целью их дальнейшей математической обработки системами типа **Excel**, **Statistica** и **SPSS**. Формат, в котором сохраняются данные, очень прост. Это строка, на первом месте которой стоит имя, а дальше идут числовые значения разделенные символом табуляции.

Модуль факторного анализа, имеющийся в системе, также может быть использован для обработки данных, содержащихся в текстовых базах.

ЖАНРЫ

Изначально система настроена на оценку текстов и слов для современного усредненного носителя русского языка. Предполагается, что этот носитель языка читает художественную прозу, газеты, журналы, слушает радио, смотрит телепередачи, регулярно общается с людьми на русском языке дома, на работе, на улице. Именно для оценки фонетического воздействия языка на его подсознание и создана эта система.

Однако, некоторые люди, в силу своей профессиональной или социальной принадлежности, вынуждены использовать определенную лексику, в выборе которой они не совсем свободны. Это могут быть ученые, журналисты, политические деятели, представители криминалитета и многие другие. Они не являются среднестатистическими носителями русского языка и влияние фонетики на их подсознание несколько отлично.

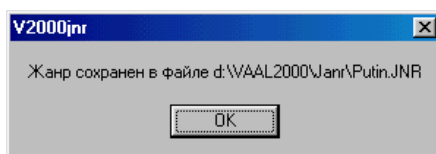
Термин **жанр** мы используем для выделения языковых оболочек таких групп людей.

Выбор пункта меню **<Установить основной жанр>** приводит к установлению изначальной настройки системы на среднестатистического носителя русского языка.

Выбор пункта меню **<Создать новый жанр>** позволяет вам расширить число жанров, с которыми вы хотите работать.

Допустим, вы парламентарий и заинтересованы в том, чтобы активно влиять на других парламентариев. Для этого вы должны, например, взять стенограмму съезда или же стенограмму некоторых заседаний парламента и перенести ее на компьютер. Чем больше объем текста, тем лучше.

После этого вам и следует воспользоваться выбором пункта меню **<Создать новый жанр>**. Тем самым вы настроите систему на людей - носителей такого типа лексики. Все остальное система сделает сама и сохранит необходимую информацию о новом жанре в файле с тем же именем, что и текст, но с расширением ***.jnr**, который находится в установочном каталоге системы **...\\VAAL2000\\Janr**. Система готова к работе с новым жанром.



Еще один пример эффективного применения жанров мог бы заключаться в следующем. Пусть вас привлекли к участию в предвыборной кампании на стороне

одного из кандидатов в депутаты. У вас есть сильный соперник. Вы собираете листовки, которые распространяют от имени вашего соперника, собираете газетные статьи, напечатанные им или людьми его команды, собираете стенограммы его выступлений по радио и телевидению. Дальше вводите весь этот материал в компьютер, создаете на его основе жанр и в дальнейшем готовите статьи, листовки, тексты выступлений вашего кандидата, оценивая их относительно вновь созданного жанра. Если по требуемым показателям подготовленные вами материалы будут лучше, чем материалы конкурента, ваша кампания будет проведена более эффективно.

При последующих сеансах работы вам уже нет надобности создавать тот же самый жанр. Достаточно лишь загрузить его с диска.

Выбор пункта меню **<Открыть жанр>** позволяет вам загрузить с диска созданный вами ранее жанр. Достаточно лишь найти соответствующий ему файл с расширением ***.jnr**. По умолчанию все созданные вами жанры хранятся в директории **...\VAAL2000\Janr**.

Выбор пункта меню **<Показать текущий жанр>** информирует вас о текущем жанре.

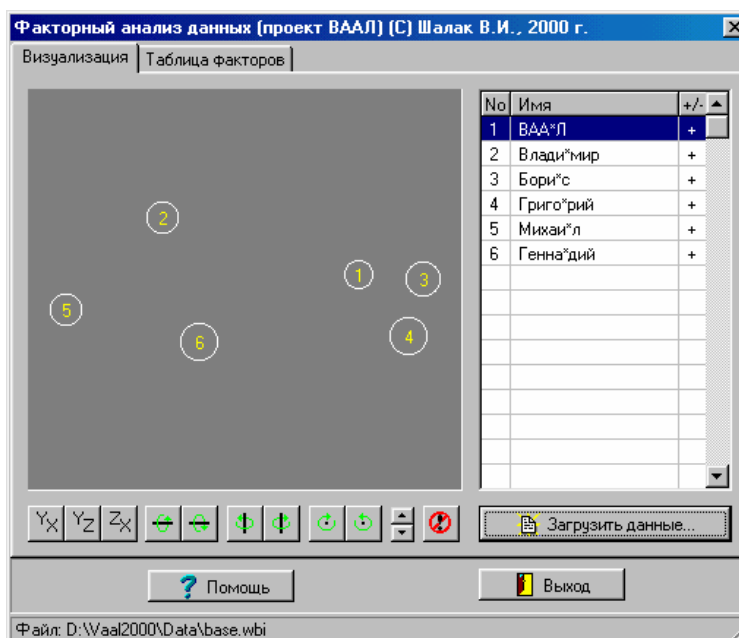
Следует сделать одно **важное замечание**. В системе **ВААЛ-2000** пользователь получил возможность самому изменять набор рабочих категорий при контент-анализе текста. Может случиться так, что жанр будет создан для одного набора категорий, а использоваться станет для другого набора. Или же могут быть изменены словарные составы самих категорий. В этих случаях не все оценки текста, вычисляемые относительно нормы, будут правильными. Необходимо быть внимательными, чтобы не допускать таких ошибок.

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ

Модуль факторного анализа данных служит для облегчения сравнительного анализа слов и текстов и для визуализации результатов такого анализа.

Например, оцените имена **Лена, Владимир, Маша, Катя, Саша, Фекла, Петя, Гриша** и сохраните их биполярные оценки в базе данных в файле **Names** для последующего факторного анализа. Система сама добавит к этому файлу расширение **wbi**. Затем вызовите команду **<Факторный анализ>**. Откроется двухстраничное диалоговое окно факторного анализа данных. Внизу справа находится кнопка **<Загрузить данные>**. Нажмите на эту кнопку. Появится диалоговое окно для загрузки файла. Укажите тип файла **<Биполярные шкалы слов>** и выберите файл **Names.wbi**. Окно закроется и вы вернетесь к исходному окну факторного анализа данных.

В таблице над кнопкой для загрузки данных появятся пронумерованные имена, которые вы оценили. Слева на фоне темно-серого квадрата появятся цифры,



обведенные окружностями. Каждая цифра соответствует номеру оцененного вами имени. Визуализация производится в псевдо-трехмерном пространстве. Диаметр окружности вокруг цифры соответствует степени близости к вам.

Кнопки слева внизу позволяют вам производить вращение в пространстве. Это позволяет более интуитивно представить взаиморасположение имен в пространстве. Скорость вращения можно регулировать. Три левых крайних кнопки соответствуют трем фиксированным проекциям в двумерное пространство.

На второй странице окна находится таблица, в которой приводятся значения трех выделенных факторов для каждого из имен. При вращении значения факторов изменяются и это находит отражение в таблице. При желании вы можете сохранить таблицу в текстовый файл.

Факторизация производится методом центроидов.

АВТОРЫ

В системе ВААЛ использованы научные результаты следующих авторов:

1. **Белянин Валерий Павлович**, доктор филологических наук, профессор МГУ, МГЛУ, член международных научных организаций (МАПРЯЛ, ISAPL, AAASS).
E-mail: vbelyanin@usa.net

2. **Дымшиц Михаил**, директор отдела исследований и стратегического планирования рекламного агентства **Медиа Артс**
тел. +7-(095)-722-6737; 251-5527, факс +7-(095)-250-4155
адрес: 107061, Москва, Б.Черкизовская, 5-5-75.
E-mail: dmsh@online.ru

3. **Журавлев Александр Павлович**, доктор филологических наук.
4. **Шалак Владимир Иванович**, кандидат философских наук, старший научный сотрудник сектора логики Института философии РАН.
E-mail: shalack@mail.ru

При создании новой версии системы были учтены многочисленные замечания **Елина Александра Евгеньевича**, **Карпинской Ольги Юрьевны**, **Нисова Игоря Владимировича**, **Орловой Юлии**, **Полищученко Владимира Ивановича**.

В системе ВААЛ используется модуль морфологического анализа **АО Агама**: <http://www.agama.com>, <http://www.agama.ru>, <http://www.aport.ru>

Дополнительную информацию о системе **ВААЛ** Вы можете получить в Интернете на сайте <http://www.logic.ru/~shalack>.

Все права на систему ВААЛ защищены
Свидетельство №990182 Российского агентства по правовой охране программ для ЭВМ, баз данных и топологий интегральных микросхем (РосАПО).

© **Шалак В.И.**, 2000 г.

ПРИЛОЖЕНИЯ

МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СИСТЕМЫ ВААЛ-2000

Михаил Дымшиц

ОБЩИЕ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ

Экспертная система ВААЛ позволяет проводить автоматизированный анализ текста с нескольких различных по сути, но дополнительных к друг другу по содержанию, позиций. Пользователь системы может сам определить, какие из возможных критериев стоит использовать для решения стоящих перед ним задач. Безусловно, для эффективного использования того или иного блока ВААЛа требуется согласие с исходными предположениями авторов и понимание используемой терминологии только в том смысле, в котором его используют авторы.

В целом участники проекта ВААЛ исходят из следующих **общих предположений**:

1. Выбор человеком лексических и грамматических вариантов из возможных в его родном языке зависит от его психологических особенностей. Соответственно, психологические особенности находят свое выражение в его устной и письменной речи. Анализируя устную или письменную речь человека мы можем реконструировать его картину мира и осуществить атрибутирование его картины мира и/или индивидуальности на основе той или иной системы классификации.
2. В ситуации свободного выбора человек выбирает и/или лучше воспринимает тексты (устные или письменные), соответствующие его картине мира и склонен игнорировать другие варианты описания.
3. Коммуникативная эффективность текста зависит от слабо- или неосознаваемых эффектов, создаваемых отдельными значимыми для отдельного человека или в культуре в целом словами (различные формы лексического символизма), не-лингвистическими характеристиками текста (например, фоно- и цветоассоциации) и не-вербальными характеристиками процесса коммуникации.
4. Текст, включая его содержание и контекст, для автора и воспринимающего могут значить больше, чем может выявить любая специфическая система описания текста.
5. Различные блоки анализа текстов в ВААЛ являются специфическими и

независимыми друг от друга системами классификаций лексических и грамматических форм; совместная интерпретация категорий из различных блоков анализа авторами не предусматривалась, но не отвергается, техническая возможность предоставлена и остается личной прерогативой каждого легального пользователя.

В ВААЛ-2000 пользователь может **сконструировать свои собственные** или воспользоваться следующими блоками критериев анализа текста:

- Психиатрический анализ (диагностика акцентуации)
- Психоаналитический анализ
- Мотивационный анализ
- Эмоционально-лексический анализ
- Диагностика мета-программ
- Фоно- и цветосемантический анализ

Выбор блоков анализа для решения конкретных задач определяется согласием с теоретическими предпосылками и методикой реализации анализа в ВААЛ, личными предпочтениями, уровнем подготовки и задачами исследователя.

Категории **Психиатрического анализа** атрибутирует текст (как целое) по соответствию текстам лиц с той или иной акцентуацией. В ВААЛе реализована диагностика паранояльной, демонстративной (истероидной), депрессивной, возбудимой и гипертимичной акцентуаций.

Категории **Психоаналитического анализа** оценивают выраженность в тексте слов, относимых к сексуальной символике (по З.Фрейду), архетипам (по К.Юнгу) и выражению агрессивности.

Категории **Мотивационного анализа** определяют выраженность в тексте предикатов мотивации в соответствии с традиционными категориями мотивационных ТАТ (потребность, мотив, валентность, инструментальная деятельность) с группировкой по четырем группам мотивов: физиологические, достижения, власти и аффиляции.

Категории **Эмоционально-лексической оценки** позволяют выявить эмоциональную насыщенность и структуру оценки по 15 эмоционально-оценочным критериям, выделяемым и наиболее значимым в российской культуре.

Категории **Диагностики мета-программ** включают в себя оценку выраженности каналов репрезентации; субъективную организацию пространства, времени и движения; категории сравнения; логических операций; причинно-следственную и «свой - чужой» атрибуцию; определение «центра внимания».

Фоно- и цветосемантический анализ текста позволяет оценить

неосознаваемые эмоциональные компоненты текста и слова, сгенерировать искусственные слова с высокой коммуникативной эффективностью.

При необходимости пользователь может создать собственные лексические и фонетические категории анализа и использовать их отдельно или совместно с категориями, предлагаемыми ВААЛ.

ОБЩИЙ КОНТЕНТ-АНАЛИЗ

Категории Мотивационного анализа, Эмоционально-лексической оценки и Диагностики мета-программ могут быть использованы при проведении контент-анализа текста в соответствии с несколькими психологическими и психолингвистическими подходами. Несмотря на повседневную конкуренцию приверженцев, эти подходы являются дополняющими друг друга и практически являются набором «универсальных семантических признаков». Набор значимых критериев для интерпретации конкретного текста или сравнения двух текстов можно выявить только после анализа по всем критериям. Как известно, при проведении контент-анализа конкретное высказывание может быть отнесено только к одной категории из дополнительных к друг другу категорий (например, или мотив власти или мотив достижения), может быть атрибутировано по нескольким категориям из различных систем описания или не быть атрибутировано вовсе.

Включенные в ВААЛ категории являются «универсальными», т.е. они применимы для текстов любой тематики, но это не значит, что все эти категории должны присутствовать или быть значимыми для интерпретации конкретного текста. Если их присутствие и значимость для конкретного текста определяется мнением и позицией (возможно, неосознаваемыми) автора, то оценка адекватности их использования в соответствии с приписываемыми задачами коммуникации определяется 'компетентным профессиональным согласием' или личным мнением эксперта. При сравнении двух и более текстов по одной тематике может быть выявлено, что они интерпретируют конкретную тему в различных категориях; при наличии экспериментальных данных о коммуникативной эффективности исследуемых текстов возможно сделать заключение о адекватности используемых категорий и создание текстов с заданной структурой (функция «Создать жанр»).

Основной задачей контент-анализа является **диагностическая**. Т.е. перед экспертом ставится задача на основе текста (или массива текстов) реконструировать картину мира автора: выделить тему, значимые характеристики описания темы и в соответствии с предшествующим знанием эксперта их проинтерпретировать. Процедура в контент-анализе выделяются следующие этапы:

1. Определение словаря текста.
2. Формирование категорий анализа, группировка лексем в группы с

приписанным общим смыслом.

3. Оценка выраженности (в абсолютных и относительных величинах) категорий в сравниваемых текстах и выявление взаимосвязей между ними.

Выполнение первого этапа при контент-анализе с помощью ВААЛ часто не требуется (см. «автоматическая категоризация»), но эта задача может представлять отдельный интерес и реализована в функции «Создание словаря». Третий этап при использовании вычислительной техники тоже не представляет особых трудностей и выполняется в функциях «Контент-анализ текста» и «Контекстный анализ».

Наибольшую техническую и содержательную проблему всегда представлял второй этап контент-анализа: формирование категорий анализа. Проблема категоризации сама по себе не проста даже относительно объектов материального мира, а относительно знаковых объектов, к которым относятся и слова языка, представляет особую сложность. При формировании категорий существует следующие взаимосвязанные проблемы:

- Первичная категоризация слов, отнесение их к той или иной альтернативной группе (например, или рыба или зверь или птица или дерево или трава или камень или ...). В контент-анализе эта проблема чаще выглядит несколько иначе: «Какие слова считать относящимися к определенной теме» (например, относятся ли слова «экономика» и «политика» к одной категории или к разным).
- Решение вопроса о введении иерархии категорий и организация при необходимости такой иерархии (например, «рыба, зверь, птица» в «животные», «дерево, трава» в «растения» и т.д.; «животные» и «растения» в «живую природу», а «политика» и «экономика» в категорию «общество» и т.д.).

Над решением этих проблем, которое бы удовлетворило все заинтересованные стороны, билось несколько поколений лингвистов и психологов и их труды не были напрасны. Прежде всего стало понятно, что необходимо разделять «тему текста» и «категории описания». «Тема текста» может быть неисчисляемое множество и лексемы, входящие в тему конкретного текста, необходимо выявлять при непосредственной работе с текстом (собственно проблему создают возможные уникальные метафоры конкретного текста); «категории описания» (семантических признаков) гораздо меньше и их можно стандартизировать.

Выделение категорий «темы текста»

Первичная категоризация и выделение темы (тем) в ВААЛ реализовано в модуле «автоматическая категоризация», что позволяет избежать проблемы субъективизма в определении слов, описывающих определенную тему в конкретном тексте («категория» в терминологии ВААЛ). В «автоматической категоризации» рассчитывается коэффициент «сигма», демонстрирующий степень

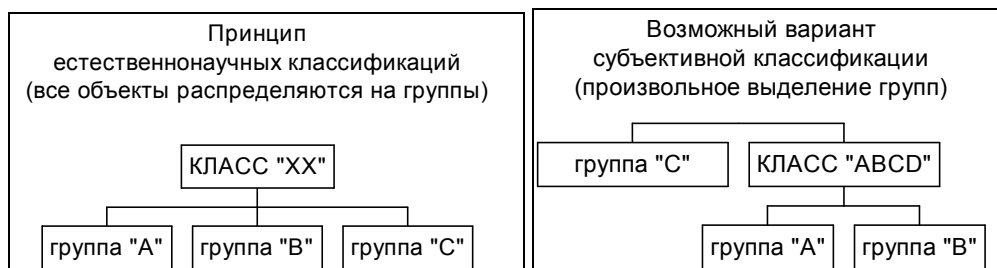
«неслучайности» встречи определенных слов в тексте. Слова, группирующиеся на наибольшем значении «сигмы», и являются лексемами «темы» текста.

Включать в «категорию-тему» рекомендуется только личные и нарицательные имена, в отдельных случаях - специальную терминологию, но не глаголы, прилагательные и другие знаменательные и служебные лексемы «общего употребления» (это ограничение не относится к использованию «сложных категорий», позволяющих включать составные имена и наименования, например «Черное море»). Включение не-номинативных частей речи в «категорию-тему» опасно выявлением темы в текстах, в которых она реально отсутствует. Также «автоматическая категоризация» позволяет создавать иерархию тем (по существу, субъективной классификации имен и/или объектов) на основе строгих формальных признаков, а не субъективного, пусть даже экспертного, мнения.

Уже пришло время и место с одними читателями обсудить, а другим напомнить, один очень важный аспект семантической категоризации, а именно преимущественно несимметричный её характер. Со времен генеалогических деревьев системы классификации старались изображать симметричными. Большинство естественнонаучных классификаций построены на выделении одного-двух значимых признаков: система классификации химических элементов на двух критериях (количество уровней и число электронов на последнем уровне, первоначально разделение по классам вещества и ранжирование по весу внутри класса), классификация млекопитающих на одном (зубная формула) и т.д. При этом естественнонаучные классификации строятся «снизу вверх», т.е. сначала группируются «единичные элементы», а потом уже группы пытаются объединить в классы более высокого уровня (и чем выше уровень классификации, тем меньше согласных с такой группировкой, в качестве примера укажем на проблему классификации вирусов как таксономической группы – «животные», «растения» или отдельный класс они, согласия еще нет).

Субъективные же классификации объектов строятся «сверху-вниз», по принципу «прототипа», т.е. есть объект (понятие), который воспринимается человеком как «наиболее типичный» для конкретной группы и наименование которого является «общим наименованием» для группы. Выделение подгрупп происходит путем введения произвольного количества классифицирующих признаков и чаще выделением подгруппы из «прототипического класса», а не распада «класса» на подгруппы, т.е. всегда остается «прототипическая группа» и выделенные «специфицированные» подгруппы.

С этими особенностями субъективной классификации приходится считаться при образовании иерархических классификаций.



Ребенок до определенного возраста может использовать слово «собака» или «гав-гав» для

всех животных определенного размера, включая как собак, так и кошек; а став постарше, называть «кошками» кошек и маленьких собак, а «собакой» только собак больше определенного размера; и только позже четко начать правильно распознавать собак и кошек, а затем и их породы. Причем глубина деление «вниз» для различных категорий неодинакова: люди чаще знают больше пород собак, чем кошек; отдельные породы собак начинают называться конкретными именами (боксер, коли и т.д.), а часть пород так и остаются под словом «собака», а для другой части больших собак может использоваться слово «пес» и т.д. С точки зрения биологии собаки и кошки являются видами разных отрядов (допустим, группы «А» и «В») млекопитающих (класс «ХХ»), а породы не являются устойчивыми признаками для классификации (например, деление пуделей по размерам и границы между ними не имеют устойчивый характер).

При использовании «автоматической категоризации» появляется возможность выделять «ядро темы», включив в неё номинализации и словосочетания, сгруппированные на наибольшем значении «сигмы», и по-шагово уменьшая значения «сигмы» увеличивать словник категории. При наличии нескольких тем в тексте необходимо на исходном уровне создавать несколько категорий «ядер темы», которые могут остаться изолированными друг от друга и зависимость между ними может быть выявлена только на третьем этапе (выявление выраженности категорий и взаимосвязей между ними).

Содержание стандартных категорий ВААЛ

...два распространенных убеждения. Первое, что можно определить все слова и второе, что в том случае, когда слово трудно поддается определению, желательнее подыскать какое-нибудь наукообразное слово латинского происхождения. На мой взгляд, эти убеждения не только ложны, но объединенными усилиями полностью блокируют возможность семантического анализа.

А.Вежбицкая. Семантика: примитивы и универсалии.

Задача выделения значимых семантических признаков имеет давнюю историю и в последнее столетие нашла практическое применение в психиатрии, психологии, социологии, лингвистике и к концу XX века идея «семантизации» овладела всеми гуманитарными науками. И хотя теоретические части семиотики были проработаны давно и довольно подробно, практическое применение семиотического анализа столкнулось с рядом проблем. Из трех аспектов семиотики (синтактика, семантика и прагматика) в настоящее время довольно подробно проработаны только вопросы синтаксиса, а семантические и прагматические аспекты остаются местом дискуссий различной степени содержательности. Основной проблемой долгое время являлось выделение признаков, являющихся «первичными», т.е. элементарных смыслов или «семантических примитивов» (А.Вежбицкая, 1972-2000), комбинируя которые можно выразить любое содержание.

Основной предпосылкой, которая тормозила развитие семантики, было постулирование первичности языка по отношению к мышлению (см. Пиаже, Лурия и другие). Посылка была неверна и филогенетически (процессы мышления, как минимум – память и пространственная экстраполяция подвижных объектов – существует и у животных), и онтогенетически (ребенок начинает распознавать объекты и проводить их оценку и классификацию до овладения речью).

Безусловно, овладение возможностями языка дает дополнительные возможности для рассуждения и формирования сложных «знаковых» операций мышления, но «по своей исходной структуре и исходным закономерностям организации речевой акт есть акт коммуникации и только в частном случае и на высших уровнях его проникновения в интраиндивидуальную психику он становится актом, так сказать, автокоммуникации, коммуникации субъекта с самим собой» (Веклер, 1998, с.608). Язык прежде всего выполняет функции коммуникации и конкретная фраза коммуникации относительно мышления является неполноценной (ср. «Отличает язык от всех других знаков и позволяет ему играть в представлении решающую роль ... то, что язык анализирует представление согласно строго последовательному порядку:... язык не может представлять мысль сразу в ее целостности; необходимо, чтобы он ее расположил часть за частью в линейном порядке», Фуко, 1966 (1994) с.115 или «мышление человека богаче его дедуктивных форм», Налимов, 1979, с.72).

Основываясь на гипотезе о первичности языка по отношению к мышлению лингвисты проводили семантические классификации «снизу – вверх» на основе своего обостренного «чувства языка» и широкой лексической компетенции приводили к созданию высокодетализированных и практически не применимых для решения практических задач семантических систем.

Более удачными оказались попытки построения классификаций «сверху – вниз», путем выделения на первом этапе наиболее общих семантических признаков и категорий, и описание других семантических групп и категорий через сочетание выделенных «семантических примитивов» (см. Вежбицкая, 1972-2000). Несмотря на то, что целью работы Анны Вежбицкой является поиск слов, смысл которых не искажается при переводе с языка на язык и, соответственно, являющихся «общими смыслами» для всех людей, сложившийся список «семантических примитивов» практически полностью корреспондирует с возможными операциями мышления и базовых признаков категоризации, полученных в результате исследований когнитивных психологов.

Как было доказано экспериментально, в операциях мышления воспроизводится сенсорный, прежде всего визуальный, опыт и операции мышления метафорически воспроизводят зрительно воспринимаемые возможные пространственные отношения (положение и движение) между объектами (Ришар, 1998), а категоризация объектов строится на основе сравнения с прототипическими визуальными образами (Хофман, 1986, гл.4). При этом выделение признаков категоризации происходит путем определения описывающих конкретный прототипический объект признаков, а дифференциация объектов происходит через сравнение 'списка' описывающих признаков и с помощью, часто метафорически, сравнения размеров объектов («семантических примитивов»: большой, маленький, больше) и оценивания («семантические примитивы»: хороший, плохой, правильно, не, очень).

Набор стандартных категорий ВААЛ как раз строился через атрибуцию наиболее частотных слов русского языка в соответствии с «семантическими примитивами» А.Вежбицкой и разделен на несколько групп. Имена некоторым группам были присвоены на основе традиционных категорий психолингвистических подходов и методик (прежде всего НЛП и мотивационных ТАТ соответственно). Корреспондирующие отношения категорий ВААЛ с категориями традиционных подходов приведены в Приложении.

ЭТАПЫ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА С ПОМОЩЬЮ ВААЛ

На **первом** этапе кроме определения темы текста (с помощью модуля «автоматическая категоризация») следует определить её действующих лиц и их отношение к теме. Возможны следующие варианты определения действующих

лиц: по критерию «Центр внимания» с категориями «Я»-«Ты-Вы»-«Он-Она-Оно» и оценочная категория «Свой-Чужой». Т.е. действующим лицом текста может являться «Я» (автора или того, от лица которого ведется текст), «Ты-Вы» (чаще тексты, имеющие целью мотивировать адресата сообщения на какие-либо действия или дающие оценку таким действиям) и «Он-Она-Оно» (чаще описательные тексты о деятельности третьих лиц по отношению к автору и адресату). Таким образом, на первом этапе будут выделены действующие лица и оценка их деятельности в рамках темы.

На **втором** этапе определяется выраженность «**потребности**» в тексте и связь категории с темой текста и действующими лицами. Следует различать «внутреннюю» и «внешнюю» потребность, т.е. формулирование побуждений как принадлежность непосредственно действующим лицам (собственно «хотеть») или побуждения как результат чужих желаний или обязательств перед другими лицами («долг», «обязательство»).

На **третьем** этапе определяется структура «**валентности**» и её связь с темой. При выраженной связи с «положительной» валентностью тема текста считается реализуемой (достижимой), при выраженной «отрицательной» валентности можно говорить о фрустрирующем значении темы для действующих лиц.

На **четвертом** этапе определяется структура **мотивов и инструментальной деятельности**, связанной с темой. В структуре мотивов выделяются физиологические мотивы, мотивы достижения, власти и аффиляции, а инструментальная деятельность подразделяется на группу 'физических действий', включающая «манипуляцию», «движение» и «перемещение».

'Физические действия' происходят в определенном образе организованном «пространстве» (манипуляция) и имеют определенное «направление» (движение и перемещение) и временную привязку и протяженность. Практическое применение СП по отношению к «пространству событий» и «пространству движения» приводит к выделению следующих категорий:

Схема 1. Категории ментальной организации пространства событий

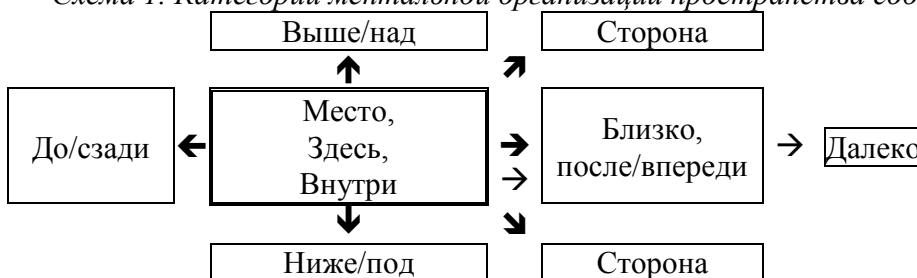
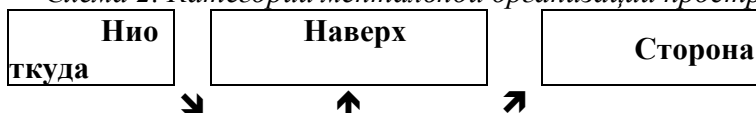
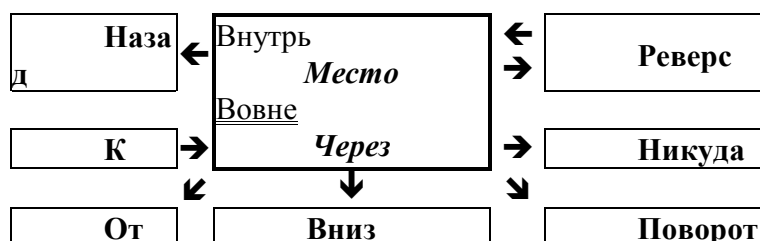


Схема 2. Категории ментальной организации пространства движения





Категории **времени** включают следующие категории: «До», «После», «Определенное время» и «Неопределенное время».

К **инструментальной деятельности** также относятся категории 'информационных действий', включающих категории «восприятие», «обработка», «трансляция» и «ретрансляция».

Группа категорий 'информационных действий' тесно связана с категориями репрезентативных систем (**каналов восприятия**): «чувственный канал», «зрительный канал» и «слуховой канал» и «рациональный канал». Современные языки имеют, как правило, слова, описывающие восприятие, обработку, трансляцию и ретрансляцию в различных репрезентативных системах (каналах восприятия), что дает дополнительные возможности для решения практических задач, описанных в разделе «Интерпретация».

Пятый этап контент-анализа включает поиск и оценку связей темы и действующих лиц с различными категориями ментальных операций, в том числе:

Операции с «**Информацией**»: наличие «констатации» и «уточнения», использования слов «конкретной» или «неконкретной» информации; выраженность «преувеличения», «преуменьшения» или «отрицания».

Логические операции: «и», «или», «нет», «но».

Операции сравнения: «общность», «отличие», «подобие» .

Организация событий: «причина», «следствие» и «нарушение».

Использование тех или иных ментальных операций является операциями мышления и/или риторическими приемами. Использование этой информации обсуждается в разделе «Интерпретация».

На **шестом** этапе определяются эмоциональные оценки темы и действующих лиц.

Оканчивается процедура контент-анализа определением выраженности всех категорий во всем тексте.

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА

Интерпретация результатов контент-анализа выполняет следующую основную задачу:

Описание «ментальной карты» текста в целом, «карт» тем и действующих лиц, т.е. выявление наиболее значимых «семантических примитивов» (категорий), которые были использованы для описания.

ВААЛ полностью автоматизирует выполнение этой задачи, т.е. описывает «ментальную карту» как текста в целом, так и «карты» отдельных тем и действующих лиц. Относиться к результатам такого анализа необходимо «as is». Их самостоятельное описание представляет интерес при анализе художественной литературы, позволяет сравнивать субъективную картину мира различных авторов, «портреты» героев и т.д. на основе одних и тех же критериев с учетом лексических эквивалентов.

Психологическое содержание категорий см. соответствующие разделы.

Оценка использования тех или иных категорий в тексте обычно связано с четырьмя задачами:

1. Определение искренности автора, т.е. соответствие текста заявляемых или приписываемым задачам.
2. Соответствие текста заявляемым задачам коммуникации.
3. Коммуникативная эффективность текста.
4. Эмоциональная эффективность текста.

Эти задачи обычно имеются при интерпретации текстов массовой коммуникации.

Определение искренности автора, т.е. соответствие текста заявляемым или приписываемым задачам

Оценка искренности автора (семантический примитив «ИСТИНА») начинается со сравнения связей темы и действующих лиц с категориями и выраженностью категорий во всем тексте (кроме категорий мотивов). Расхождения между «фигурой» (т.е. темой, действующими лицами) и «фоном» являются первым признаком не-искренности автора текста. Также маркерами неискренности является высокая выраженность следующих категорий:

1. «Время неопределенное»
2. «Информация неконкретная»
3. «Преувеличение»
4. «Преуменьшение»
5. «Нет»
6. «Но»

Соответствие текста заявляемым задачам коммуникации

Соответствие текста заявляемым задачам коммуникации определяется соответствия связей темы текста с категориями мотивов (физиологических, достижения, власти или аффилиации) и выраженностью и структурой мотивационных слов во всем тексте. В общем виде, мотивационная структура текста в целом должна соответствовать мотивационной структуре темы. В противном случае возникающий мотивационный конфликт не позволит выделить адресату сообщения из текста способы достижения цели и задача коммуникации не будет выполнена.

Коммуникативная эффективность текста

Коммуникативная эффективность текста, т.е. влияние текста на последующее поведение человека в соответствии с целями текста, определяется значениями следующих категорий:

Высокие значения категорий:

1. Архетипичность
2. Жизнь
3. Сумма зрительного, чувственного и слухового каналов восприятия
4. Суммарная мотивация
5. Внутренняя потребность
6. Положительная валентность
7. Ориентация вперед

Низкие значения категорий

8. Смерть
9. Внешняя потребность
10. Отрицательная валентность
11. Нет
12. Отрицание

Взаимоотношения категорий

13. Доминирование «движения к» относительно «движению от»
14. Содержательно более положительные оценки темы текста по лексико-эмоциональным шкалам по сравнению с общим фоном текста.

Эмоциональная эффективность текста

Эмоциональная эффективность текста, т.е. наличие эмоциональных реакций при восприятии, определяется выраженностью следующих категорий:

1. Архетипичность
2. Агрессивность
3. Мужская символика (только для женщин)
4. Жизнь
5. Смерть

6. Позитив
7. Негатив
8. Сумма зрительного, чувственного и слухового каналов восприятия
9. Суммарная валентность
10. Суммарная потребность
11. Суммарная мотивация

**Корреспондирование категорий ВААЛ с семантическими примитивами
А.Вежбицкой**

Группа категорий ВААЛ	Категория ВААЛ	Семантические примитивы или их сочетания (&)
Создаются пользователем	Результат автоматической категоризации	Некто (лицо)
		Нечто (лицо)
		Вид/разновидность
		Часть
		Произойти/случиться
Центр внимания	«Я»	Я
	«Ты-Вы»	Ты
	«Он-Она-Оно»	Люди
Свой-чужой	«Свой»	Я&Ты
	«Чужой»	Люди&Другой
Потребность	«Внутренняя потребность»	Хотеть
	«Внешняя потребность»	Хотеть&другой
Мотивация	Сумма мотивов	Иметь
Инструментальная деятельность	Сумма инструментальной деятельности	Мочь
	Манипуляция	Делать
	Движение	Двигаться
	Перемещение	Делать&(Двигаться &Другой)
	Обработка	Думать
	Трансляция	Сказать
	Ретрансляция	Слово
Каналы восприятия	Восприятие	Есть/имеется
	Чувственный канал	Чувствовать
	Зрительный канал	Видеть

	Слуховой канал	Слышать
	Рациональный канал	Знать
Информация	Констатация	Этот
	Уточнение	Тот же
	Инф.конкретная	Один, Два
	Инф.неконкретная	Несколько/немного, Много/многие
	Преувеличение	Большой
	Преуменьшение	Маленький
	Отрицание	Не
Сравнение	Общность	Весь/все
	Отличие	Другой
	Подобие	Вроде/как
Пространство	Центр	Здесь
	Верх	Выше/над
	Низ	Ниже/под
	Вперед	После
	Назад	До
	Расстояние близкое	Близко
	Расстояние далекое	Далеко
	Расстояние неопределенное	Где/Место
Движение	Через	Внутри
	К, От	Сторона
Время	Время до	До (время)
	Время после	После (время)
	Время определенное	Сейчас, Долго, Недолго
	Время неопределенное	Некоторое время, Когда
Организация событий	Причина	Если, Если бы
	Следствие	Потому что/из-за
	Нарушение	Может быть
Психоаналитическая символика	Жизнь	Жить
	Смерть	Умереть
	Позитив	Хорошо
	Негатив	Плохо

Пока не созданы категорий для семантических примитивов ТЕЛО и ИСТИНА.

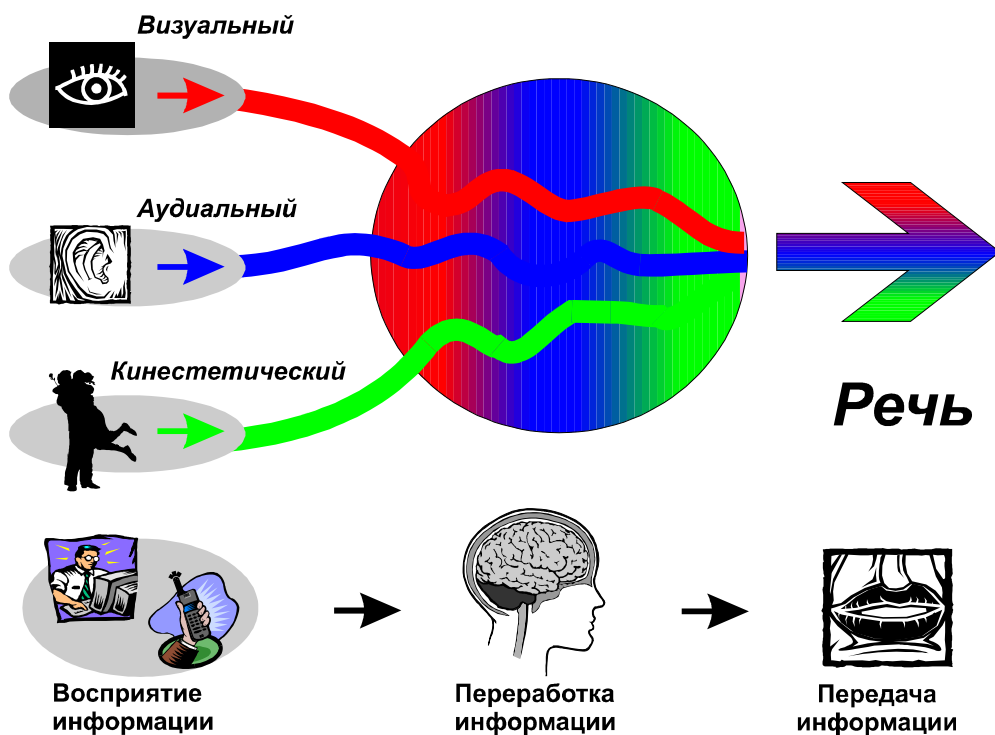
РЕПРЕЗЕНТАТИВНЫЕ СИСТЕМЫ

Михаил Дымшиц

Репрезентация определяет как организован наш опыт и как мы описываем мир: в ощущениях (*кинестетика*), в образах (*визуальная* система), звуках (*аудиальная* система), как набор знаний (*рациональная или дигитальная* система), или более редко используемых сенсорных ощущениях типа *запаха* и *вкуса*. Наше внутреннее описание мира находит свое отражение в тех словах (предикатах), которые мы используем при общении, нашей мимике и жестах. Собеседник нас будет слышать и понимать в независимости от нашего набора предикатов (мы можем говорить, что «я *вижу*, что происходит» или «я *чувствую*, как идут дела» или «что-то мне *подсказывает*, что надо ...»), но эмоционально более значима для вашего собеседника информация, описанная в специфичных для него предикатах. Собеседник же, анализируя нашу лексику, может использовать более значимую лексику для нас и мы быстрее договоримся.

У каждого есть предпочтение того или иного канала для поступления новой информации: кто-то предпочитает прочитать текст сам, кто-то обсудить со «знающим» человеком, а третий, пока «сам не попробует», никому не поверит. Предпочтение того или иного канала для поступления новой информации определяет *ключевую репрезентативную* систему, «канал» доступа, используя который мы сможем донести всю необходимую информацию. *Чаще всего, но не всегда*, ключевая система является также системой, используемой в организации внутреннего опыта (*ведущая репрезентативная* система). Соответственно, в зависимости от ведущей системы культуры и людей можно разделить на группы "кинестетическую", "визуальную", "аудиальную" и "рациональную" ("дигитальную", основанную не на сенсорном опыте, а на 'знании', 'понимании' и т.д.).

Все характеристики об окружающих нас предметах (называемые субмодальностями, например цвет и яркость для визуальной репрезентации, громкость для аудиальной и т.д.), информация о которых поступила по соответствующим каналам, переформулируются в субмодальности репрезентации, более "подходящие" для конкретного человека (например, громкость звука, издаваемого объектом, в памяти человека передается через интенсивность цвета окраски объекта), и когда он начинает рассказывать о предметах, то использует слова, соответствующие субмодальностям репрезентации, в которых информация "хранится" у него в памяти.

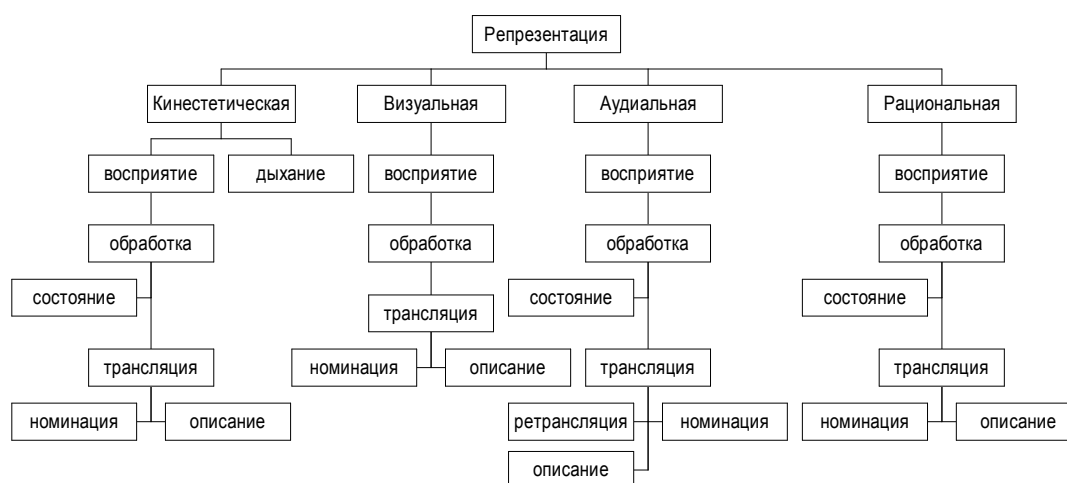
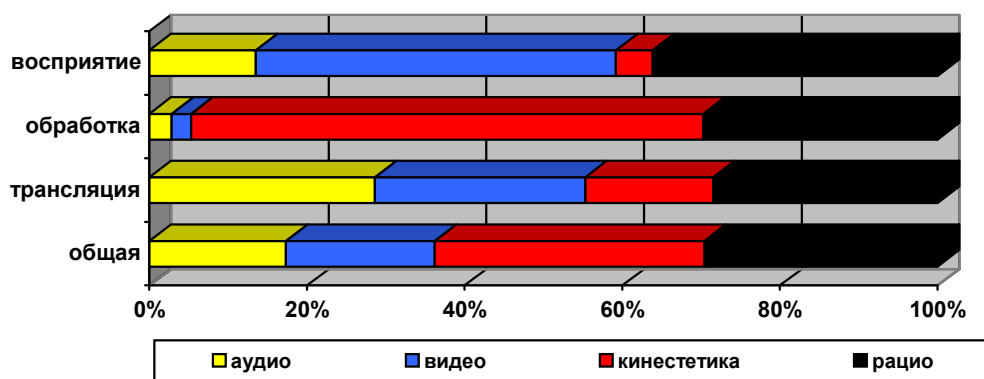


Анализ лексики как способ диагностики ведущей репрезентативной системы

Слова, принадлежащие к конкретной репрезентативной системе, можно разделить на следующие категории по описанию того или иного этапа коммуникации (в таблице представлены примеры соответствующих субмодальностей):

Репрезентация	<i>Визуальная</i>	<i>Кинестетическая</i>	<i>Аудиальная</i>	<i>Рациональная</i>
Этап коммуникации				
Восприятие	Видеть	Ощущать	Слушать	Изведать
Обработка	Воображать	Варить	-	Вспоминать
Состояния	-	Холодно	Тихонько	Безрассудно
Трансляция	Рисовать	Бить	Говорить	Информировать
Описание	Красивый	Теплый	Громкий	Правдивый
Номинация	Глаз	Боль	Звук	Знание

Участие различных репрезентаций на различных этапах коммуникации, как она воспринимается носителями русского языка, отображено в следующем графике (запах и вкус, суммарно имеющие около 0,5% словоупотребления, не включены):



Пояснения к subgroupам репрезентирующих слов

"Дыхание" выделено в группе кинестетической исключительно за физиологическую и психологическую значимость всего, что связано с дыханием. В группу "ретрансляции" выделены слова аудиальной репрезентации, имеющих "возвратный" смысл, подразумевающих обязательное наличие "второго" в общении: 'спрашивать', 'отвечать', 'беседовать' (но не 'разговаривать', т.к. это явно не подразумевает наличие вербальных высказываний одного из участников), 'пререкаться', 'спорить' и т.д.

О словах движения и пространства

Слова "движения" (бегать, прыгать и т.д.), "пространства" (простор, близко, поверхность и т.д.) и "времени" (долго, мгновенно и т.д.) не включены в данную

классификацию, хотя они часто и включаются в соответствующие таблицы. Основная причина такого включения заключается в принципиальной метафоричности языка и многозначности смыслов, приписываемых конкретным словам. Но для задач нашего анализа принципиальным является однозначная интерпретация слов, относящихся к определенной категории по их первоначальному смыслу (например, во фразе "он произнес яркую речь", слово "яркую" остается относящимся к визуальной репрезентации, несмотря на аудиальный смысл всей фразы). Соответственно, атрибуция с позиций репрезентации соответствующих слов "движения", "пространства" и "времени" нам кажется неправомерной, в том числе по следующим формальным причинам:

1. "Движение" описывает кинестетический процесс для движущегося и визуальный (в отдельных случаях визуально-аудиальный) процесс для воспринимающего, что приводит к необходимости атрибуции с использованием лица соответствующего слова (1-е лицо - кинестетика, 2-е и 3-е лицо - визуальное), что не является корректным в методическом плане.
2. "Движение" является семантическим примитивом, также как основные репрезентирующие слова, соответственно они не могут быть в подчинении друг другу в семантической классификации. Этот же аргумент действителен относительно "пространства" и "времени".

Несколько общих замечаний

Исторически ведущей системой внутреннего опыта является кинестетическая система (маленькие дети должны все попробовать сами: слова «горячо» и «холодно» приобретают смысл только после личной пробы). Социальный опыт и знания не могут быть переданы непосредственно через ощущения и успешность обучения (понимаемая как объем запомненной информации) зависит от развития визуальной системы как ключевой и репрезентирующей. Это связано с тем, что физиологическая емкость зрительного канала на несколько порядков превосходит кинестетический, а яркие объемные образы позволяют получать объем информации эффективно организовывать во "внутренние карты".

Исследования показали, что даже такой "аудиальный", на первый взгляд, навык, как грамотность, зависит от использования визуальной системы: грамотные люди прежде всего «видят», что слово написано неправильно, т.е. они хранят в памяти образы правильного написания слов.

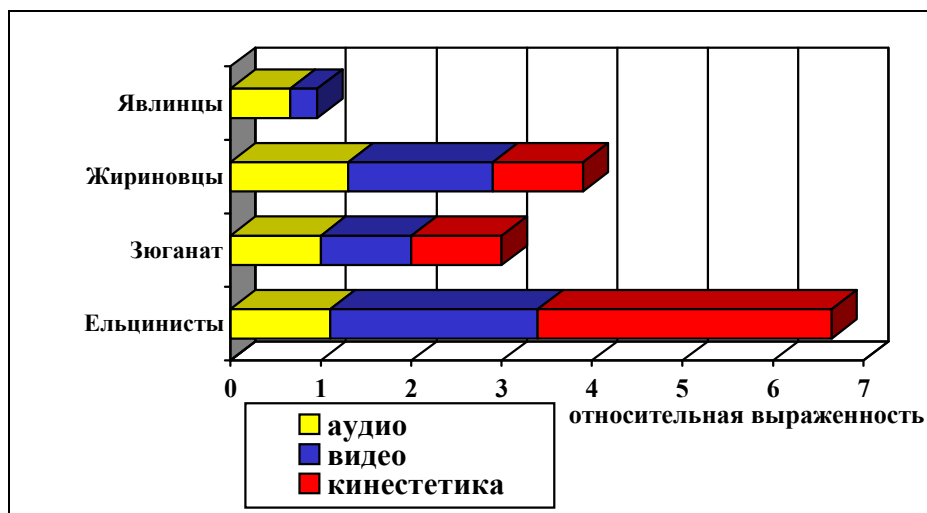
Социально-эффективные люди (бизнесмены, крупные ученые, эффективные продавцы) более активно используют визуальную систему для репрезентации своего опыта. Как коммуникаторы более эффективны представители визуально-кинестетического типа, они "видя , чувствуют" аудиторию. В специальных высокоформализованных областях знания (физика, кибернетика) часто бывают эффективны люди рационального типа, т.к. высокий уровень формализации не допускает внесения личного опыта, переживания и в профессиональной коммуникации более важно что говорить, и чем более формально, тем более правильно.

Для выявления репрезентирующей системы автора текста целесообразно оценивать корреляцию признаков репрезентации с категорией "я", а восприятие аудитории автором - по корреляциям с "чужой", "другие" и т.д.

Использование анализа репрезентации в моделировании коммуникации

Различные возрастные, образовательные и социальные группы имеют различную как выраженность, так и "состав" репрезентации: с возрастом снижается общая выраженность сенсорных репрезентаций (видео, аудио, кинестетика) и в целом снижается доля кинестетики и т.д.

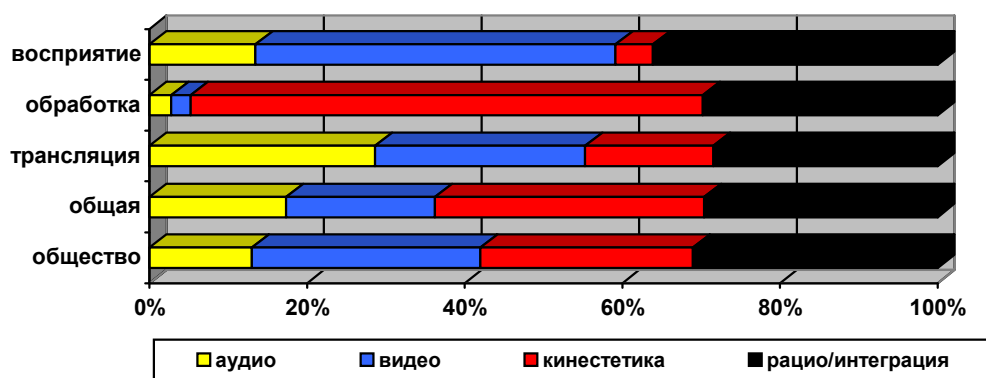
На приведенном ниже графике продемонстрированы результаты электорального исследования 1996 года (выборка - российская, репрезентативная, 3000 человек), которые демонстрируют различия электоратов по каналам репрезентации. Считаем необходимым напомнить, что ядро электората Явлинского составляли люди среднего возраста с высшим образованием, не адаптированные к новым условиям, ядро "зюганата" - пожилые и низкодоходные люди со сравнительно низким уровнем образования, голосующие за Жириновского - тот же "зюганат", но на 15-20 лет моложе, а ядро электората Ельцина составляли социально адаптированные к новым условиям жители крупных городов в независимости от возраста. Приведенные данные подтверждают "исходное предположение" НЛП, что развитие и адекватность систем обратной связи (что находит свое отражение в языке) влияют положительно на всё развитие и состояние человека.



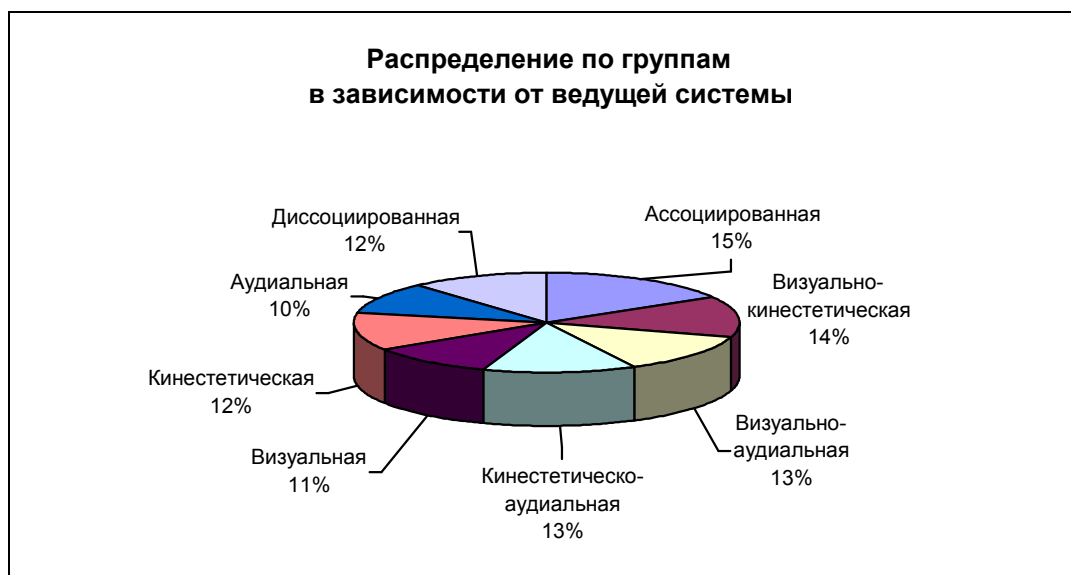
В исследованиях аудитории СМИ (1996-1997) были получены ряд результатов, подтверждающих возможности различий между "ключевыми" и "ведущими" системами, проявляющихся в предпочтении различных типов СМИ и различных передач.

При анализе мы были вынуждены ввести группы "средней и высокой интеграции" при выделении групп по ключевым системам и "ассоциированную и диссоциированную" для описания групп по ведущим системам, которые характеризуются отсутствием выраженного доминирования той или иной системы и различаются общей выраженностью сенсорной репрезентации (для восприятия и обработки соответственно).

Как демонстрирует следующая диаграмма, распределение людей по той или иной ключевой системе очень близко к общему словоупотреблению соответствующих слов в языке.



Распределение по группам в зависимости от ведущей системы дает распределение практически близкое к случайному:



Но анализ определение доли населения, использующего ту или иную репрезентацию в организации внутреннего опыта, дает преобладание кинестетики (используется более 55%).

Таким образом, при организации массовой коммуникации в России наиболее успешной будет использование визуально-кинестетической ассоциации, а не вербально-рациональной, как принято считать.

Так как при планировании конкретной кампании не всегда есть время для проведения исследования "на людях", то получить информацию о структуре ключевой и ведущих систем можно путем анализа рейтинговых и высокоспецифичных (определяемых по индексу соответствия) СМИ для данной целевой группы.

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ

Шалак В.И.

(Текст выступления на научно-практической конференции «Современные избирательные технологии», Москва, Международный бизнес-центр гостиницы «Редиссон-Славянская» 24-26 сентября 1999г.)

В подготовке и успешном проведении избирательных кампаний не последнюю роль играют психолингвистические технологии. Они используются при составлении листовок, буклетов, при написании текстов устных выступлений, газетных статей. Если раньше такие технологии были доступны лишь избранным - людям со специальным образованием, то в настоящее время они тиражируются с помощью компьютерных программ и требуют минимума специальных знаний. Одной из таких программ, получивших довольно широкое распространение в среде рекламистов и пиарщиков, является психолингвистическая экспертная система ВААЛ, работа над которой ведется нами уже более семи лет. Реализована она в виде расширения обычного текстового редактора **Word for Windows** и не требует никакого переучивания.

Пришла пора отказаться от иллюзии рационального убеждения избирателя. На восприятие текста, устного выступления сильнейшее влияние оказывают неосознаваемые факторы, содержащиеся в тексте. Нет необходимости объяснять, как важно уметь предсказать эффект воздействия на аудиторию статьи, листовки, устного выступления еще до того, как они будут растиражированы в миллионах экземпляров или прозвучат по радио и телевидению на всю страну. Назначением системы ВААЛ как раз и является анализ и создание высокоэффективных рекламных и агитационных материалов с заранее заданными параметрами *неосознаваемого* воздействия на потенциальную аудиторию.

В настоящее время система позволяет оценивать тексты по большому количеству параметров: двум группам (из 24 и 20) шкал эмоционального воздействия и более чем 70 специально составленным лексическим категориям. В систему также включен довольно мощный модуль контент-анализа текстов. Помимо оценки система ВААЛ также позволяет и целенаправленно создавать тексты с заранее заданным вектором неосознаваемого воздействия.

Конкретные приемы практического использования системы ВААЛ

1. Влияние фамилии и имени кандидата на волеизъявление избирателя.

14 декабря 1995 года, за три дня до выборов в Думу, в газете "Сегодня" американская социологическая служба Валидейта опубликовала результаты своих исследований по Москве. Оказалось, что более 78% избирателей не знали ни одного кандидата в депутаты по своим одномандатным округам. Есть над чем

задуматься. Чем будет детерминирован их выбор, когда они получат свои избирательные бюллетени?

Кандидаты в депутаты отличаются друг от друга *фамилиями, именами, отчествами, возрастом, полом, национальностью, представителями каких политических сил они являются*. Именно набор этих отличий, возможное знакомство с кандидатом и результаты предвыборной агитации детерминируют выбор избирателя.

В кабине для голосования кто-то обратит внимание на политическую ориентацию кандидата, для кого-то наиболее важными покажутся национальные и половозрастные характеристики.

Нас интересовал вопрос, какое влияние на предпочтения избирателей оказывают просто фамилии, имена и отчества кандидатов. Для получения ответа на этот вопрос идеально подходят технологии, реализованные в системе ВААЛ. В числе прочего они позволяют оценивать эмоциональное воздействие на человека фонетического образа слов русского языка.

В рамках работ по проекту ВААЛ была обработана статистика по всем одномандатным избирательным округам на выборах 1995 года в Государственную Думу РФ и выборах 1997 года в Московскую городскую Думу.

Гипотеза получила подтверждение, были выявлены устойчивые эмоциональные характеристики фамилий и имен, которые влияют на предпочтение избирателей. Когда мы поделились результатами исследований с представителем одной из известных рекламных компаний, оказалось, что такие же характеристики были получены ими при проведении фокус-групп, посвященных имиджу потенциального кандидата в депутаты. Два совершенно разных метода дали сходные результаты. Отличие заключалось в том, что они выясняли предпочтения в отношении имиджа кандидата, а мы изучали предпочтения, проявившиеся в эмоциональном воздействии фамилий и имен кандидатов.

Полученные результаты были использованы для цели предсказания победителей в одномандатных округах. Многие удивлялись, что на выборах в Московскую городскую Думу по Бауманскому округу победил Москвин-Тарханов, а не Николай Гончар. Наша система предсказала победу именно Москвину-Тарханову.

Удалось также предсказать до 22% победителей в одномандатных округах (столько процентов мест набрали в этих округах коммунисты) на выборах в Государственную Думу 1995 года. Отсюда остается сделать всего один шаг до формулировки новой стратегии избирательной кампании в одномандатных округах. Очевидно, что ни одна партия, ни одно движение не располагает достаточными материальными ресурсами для того, чтобы выдвинуть и на должном уровне провести избирательные кампании по всем 225 одномандатным округам. Та партия, которая станет выдвигать в одномандатных округах кандидатов в депутаты не по их личным амбициям, а по соответствию их фамилий и имен неосознаваемым предпочтениям избирателей, имеет все шансы победить как минимум в 20% округов. Если к этому добавить обычные средства предвыборной агитации, то результаты будут неизмеримо лучше.

Эта же стратегия применима и на выборах в законодательные собрания субъектов федерации. Здесь результаты будут даже еще более хорошими. Например, по Москве удалось предсказать 33% победителей. Москва - это не Россия. В ней имеется лишь 35 округов. Выдвинуть в них по одному кандидату может любая партия.

Мы далеки от того, чтобы переоценить значение и эффективность предложенной стратегии, но в любом случае данный фактор в предпочтениях избирателей может принести дополнительные места в законодательном собрании. Можно также предположить, что с течением времени, когда наше общество будет становиться менее политизированным, эффективность данной стратегии возрастет.

2. Настройка на наиболее сильного конкурента.

Изначально при оценке воздействия текстов система ВААЛ настроена на некоторого усредненного носителя современного русского языка. Но в ней есть возможность оперативно настраиваться на любую лексически определенную группу людей. У математиков, у медиков, у политиков - свой язык. Свой язык и у ваших конкурентов по избирательной кампании.

Допустим, лидером избирательной кампании становится конкурент - депутат-одномандатник, партия или движение. Как следует поступить в этом случае?

Необходимо собрать тексты листовок, буклетов, устных выступлений, газетных статей вашего конкурента. Все это загружается в **Word**, одно нажатие кнопки и через несколько секунд система уже настроена на конкурента. По окончании анализа система создает новый набор критериев, по которым должны оцениваться тексты. Теперь тексты конкурента взяты за нулевую отметку.

Дальнейшая работа будет заключаться в том, чтобы делать тексты, которые будут восприниматься субъективно *лучше*, чем у конкурента. Что значит лучше? Это означает, что в текстах должны быть выражены те характеристики, которые оказывают влияние на предпочтения избирателей. Для определения предпочтений достаточно провести исследование фокус-группы или воспользоваться результатами анализа прошлых выборов. Если к этому добавить еще усиленную нагрузку на каналы восприятия информации, то задача будет решена. Материалы вашего кандидата будут восприниматься лучше, чем материалы конкурента.

В избирательных кампаниях данный прием является весьма эффективным. Просто нужно взять и начать им пользоваться.

3. Выявление психолингвистического профиля СМИ.

Когда человек подписывается на газету или покупает ее в газетном киоске, он неявным образом голосует за те издания, которые ему ближе по мировосприятию. Голосует рублем. Разумеется, кто-то покупает газету лишь для того, чтобы завернуть в нее продукты.

Оказывается, что каждое из средств массовой информации обладает собственным уникальным психолингвистическим профилем. Определить его возможно путем компьютерного анализа распространяемых данным СМИ материалов. Коль скоро профиль определен, появляется возможность составлять

тексты статей таким образом, чтобы они максимально соответствовали ожиданиям аудитории конкретного СМИ. То, что психолингвистические отличия между изданиями велики, продемонстрирую на примере.

Еще в 1995 году **Михаилом Дымшицем**, ныне директором отдела исследований и стратегического планирования рекламного агентства **Медиа Артс**, были проведены исследования по сравнительному анализу лексики, используемой в различных московских газетах. В частности выяснялась частота употребления различных служебных слов. Оказалось, например, что в газете «Вечерняя Москва» предлог «к» употребляется в 5 раз реже, чем в «Московском Комсомольце» и в 8,5 раз реже, чем в «Московской правде». В то же время предлог «от» употребляется в «Вечерней Москве» в 4,5 раза чаще, чем в «Московской правде» и чуть чаще, чем в «Московском комсомольце». Казалось бы пустяк, но о чем это говорит? Употребление этих предлогов связано с диаметрально противоположными типами мотивации. Предлог движения «к» имеет отношение к позитивной мотивации на **достижение результата**. Предлог движения «от» имеет отношение к негативной мотивации на **избегание** чего-то (избегания неудачи, избегания влияния), уход от проблем. Люди с негативной мотивацией чаще всего являются социально неуспешными. В рекламе стирального порошка два типа мотивации могли бы выглядеть следующим образом: «Вы хотите, чтобы ваше белье всегда было чистым? Купите Тайд-автомат.» или «Вам надоело грязное белье? Купите Тайд-автомат.» Результаты исследований позволили прийти к выводу, что аудитория газеты «Вечерняя Москва» ориентирована на мотивацию типа **избегания**, аудитория «Московской правды» ориентирована на мотивацию типа **достижения результата**, а аудитории «Московского комсомольца» в равной степени присущи оба типа мотивации. Любому очевидно, какое значение имели эти результаты для правильного составления эффективных рекламных материалов.

Это лишь частный пример. В ходе того исследования **Михаилом Дымшицем** были получены и другие интересные результаты. Интересным является, например, то, как различается аудитория изданий в зависимости от наличия лексики, представляющей «мужские» и «женские» сексуальные символы (по Фрейду). Оказалось, что выраженность сексуальной символики в целом положительно влияет на увеличение аудитории. Выраженность «мужской» символики положительно влияет на увеличение доли женщин в аудитории издания. Доля же «женской» символики никак не связана с чтением издания мужчинами. Следовательно, повышенная нагрузка на сексуальные символы будет положительно влиять на восприятие печатных материалов и устных выступлений. Повышение же нагрузки на «мужские» сексуальные символы позволит более эффективно бороться за голоса женской половины избирателей.

Система ВААЛ позволяет быстро и с хирургической точностью определять психолингвистический профиль различных изданий. Как только он определен, дело остается за малым - опять же с помощью системы ВААЛ составлять тексты рекламных объявлений, статей, по своим психолингвистическим характеристикам максимально согласующиеся с ожиданиями целевой аудитории. Для СМИ - целенаправленная редакция текстов в соответствии с психолингвистическим портретом читателей увеличивает аудиторию и частоту чтения издания. Для

рекламодателей - редакция текстов реклам и материалов PR для конкретных изданий повышает эффективность коммуникации (по некоторым оценкам не менее, чем на 50%).

4. Выявление психолингвистического профиля электората политических партий.

О психолингвистическом профиле СМИ уже сказано. Оказывается, что электорат различных политических партий также обладает различными психолингвистическими характеристиками. Опять же хочу привести в качестве примера результаты, полученные Михаилом Дымшицем.

Из нейролингвистического программирования известны различия между людьми по предпочитаемым каналам восприятия и представления информации. Обычно различают аудиальный канал, визуальный, кинестетический и рациональный. Речь идет о предпочитаемых системах образов, используемых теми или иными людьми.

В 1996 году проводились исследования электората различных политических деятелей (выборка - российская, репрезентативная, 3000 человек).

Оказалось, что среди сторонников Явлинского аудиалов в два раза больше, чем визуалистов, и что среди них практически отсутствуют кинестетики. У сторонников Зюганова и Жириновского три канала представлены в равномерном. В то же время среди сторонников Ельцина все три канала наиболее выражены.

Один из выводов, которые отсюда следуют, заключается в том, чтобы посоветовать избирательному штабу Явлинского больше внимания уделять кинестетическому каналу передачи и восприятия информации. Благодаря этому он мог бы получить дополнительные голоса, которые в противном случае поделит между собой другие кандидаты. Знание психолингвистического профиля своего электората и электората конкурентов позволяет лучше оценивать сильные и слабые стороны проводимой избирательной кампании и своевременно вносить в нее коррективы.

Так как при планировании конкретной кампании не всегда есть время для проведения исследования «на живых людях», то получить информацию о структуре ведущих каналов можно путем анализа рейтинговых и высокоспецифичных СМИ для данной целевой группы.

5. Подготовка оригинал-макетов листовок.

Сила и вектор воздействия листовки или буклета зависит не только от того, что написано, но и от того, как это представлено. В системе ВААЛ реализован известный из НЛП метод вставленных сообщений. Отличие от традиционного применения метода вставленных сообщений заключается в ориентации на графическое (печатное) представление информации.

В любое сообщение наряду с основным смысловым содержанием можно вставить дополнительное сообщение, которое в общем случае отличается от основного и не осознается адресатом. То, что оно не осознается, вовсе не означает, что оно не влечет никаких последствий. Наоборот. На адресата, читателя, эта

информация оказывает сильное суггестивное (внушающее) воздействие.

Как это можно использовать в предвыборной борьбе? **Во-первых**, данный прием может применяться для усиления того, что сказано в основном тексте. Для того, чтобы **заставить** избирателя поверить в сказанное в листовке. Это особенно эффективно, когда заведомо известно негативное отношение большинства избирателей к поддерживаемому кандидату или партии, и когда требуется изменить это отношение на противоположное. **Во-вторых**, данный прием может быть использован для того, чтобы в текст на совершенно нейтральную тему вставить специальную суггестивную информацию, относящуюся к выборам. Т.е. текст написан на тему открытия нового магазина в районе, а скрытая информация является указанием на то, как и за кого голосовать. **В-третьих**, этот прием может быть использован для того, чтобы ослабить воздействие основного текста листовки, нейтрализовать его. Например, речь идет о коррупции в каких-либо кругах, а в результате прочтения складывается впечатление, что ее вовсе и нет. Последний случай весьма экзотический, но и такое бывает.

6. Аудиальные каналы передачи информации.

В рамках работ по компьютерным психотехнологиям были разработаны и проверены на практике методы усиления воздействия устной речи. Имеется ввиду не то, что называют «прямым эфиром», непосредственным выступлением перед аудиторией, а устные выступления, передаваемые в записи. Для этого запись выступления подвергается специальной многоступенчатой компьютерной обработке, которая позволяет значительно усилить ее воздействие на аудиторию. При этом не применяются никакие запрещенные методы, а упор делается на психофизиологию восприятия устной речи.

Летом прошлого года эта методика была апробирована и применена для целей внутренней звуковой рекламы в одном из продуктовых супермаркетов. В условиях сезонного спада объема продаж с первого же дня применения наших методов доходы супермаркета возросли на 15%. Нет необходимости объяснять, что значат 15% в коммерции и что они могут значить во время избирательной кампании.

Все упомянутые выше методы не противоречат закону о рекламе. Просто раньше они были доступны лишь высококвалифицированным и дорогостоящим специалистам, которые все делали вручную. Сейчас же это стало доступно даже среднему пользователю компьютера. Никто не удивляется тому, что при создании рекламных роликов для телевидения привлекаются специалисты из различных областей. Именно на них лежит задача добиться максимально сильного воздействия телевизионного ролика в минимальное отпущенное время. Единственное ограничение - чтобы предложенное решение находилось в рамках закона о рекламе. Современный компьютер позволяет избавиться от услуг дорогостоящих специалистов и переложить эту работу на плечи просто грамотного человека.

ОБЩАЯ СТРУКТУРА МОТИВАЦИИ

Михаил Дымшиц

Вряд ли найдется такая частная область..., которой бы не приходилось апеллировать к эффектам мотивационных процессов, хотя бы для того, чтобы задним числом как-то объяснить неожиданные результаты.
Х.Хекхаузен, «Мотивация и деятельность»

При всех разнообразных подходах к ответу на вопрос «Что обозначает слово «мотивация»?» за последнее столетие сформировалось некоторое общее согласие по поводу того, о чем же именно спрашивают. Под словом «мотивация» понимают совокупность «целей, причин и форм деятельности» (Хекхаузен, 1986, т.1., с.8) человека.

В структуре мотивации выделяют следующие составляющие:

- **Потребность** – внутренняя сила индивида, побуждающая к осуществлению качественно определенных форм активности (деятельности), необходимых для сохранения и развития.
- **Мотив** – цель ('материальный или идеальный предмет'), которая побуждает и направляет на себя деятельность индивида и ради которой деятельности осуществляется.
- **Инструментальная деятельность** – конкретные действия (физические или ментальные) индивида по удовлетворению потребности.
- **Эмоции** – непосредственное переживание значимости действующих на индивида явлений и ситуаций для осуществления его деятельности («состояние»), прогноз результатов деятельности («ожидания») и оценка личности, деятельности или результатов деятельности другими людьми («оценка»).
- **Валентность** – критерии описания ситуации деятельности, влияющие на саму возможность осуществления деятельности.

КАТЕГОРИИ СТРУКТУР МОТИВАЦИИ

Категории «потребностей»

Потребности - «внутренние силы, побуждающие к осуществлению ... активности» - можно разделить на 'внутренние', 'внешние' и 'факторы времени'.

'**Внутренние**' потребности («**желания**») являются результатом собственных желаний и потребностей индивида. Они проявляются в использовании таких слов как «воля», «жажда», «желать», «хотеть» и т.д.

'**Внешние**' потребности («**обязательства**») являются результатом влияния на индивида обстоятельств, обязательств, других людей и т.д. Они проявляются в использовании таких слов как «долг», «необходимость», «обязательство» и т.д.

Категории «мотивов»

Существующие системы классификации мотивов выделяют от двух до 30 и более мотивов, выделяемых по самым разным критериям. Для нашей задачи требовалось создание такой классификации, вхождение в категории которой для слов русской лексики было бы однозначным.

В нашей классификации существует всего четыре группы мотивов: «достижения», «власть», «аффилиация» и «физиология».

Мотив “достижение”

К категории «достижения» относятся слова, указывающие на выполнение деятельности, направленной на достижение и номинализации, относящихся к деятельности (сделать, понять, план, задача и т.д.).

К категории «достижение» относятся слова, положительно формулирующие цель деятельности (решение, искать, успех, действовать); к категории «неудача» - негативно формулирующие цель деятельности (ошибка, бедствие, неудача, избегать), а также слова, относящиеся к субкатегории «достижение» с негативным предлогами и приставками (не, нет).

Мотив “власть”

К категории «власть» относятся слова, описывающие установление, поддержание или восстановления своей власти, т.е. своего воздействия, контроля или влияния на другого человека, группу людей, мир в целом. К таким типам действий относятся: нападение, атака, погоня или поимка, словесные угрозы, оскорбления, обвинения и упреки, сексуальная эксплуатация, преступления; достижение или демонстрация превосходства, использование слабости других; оказание помощи, содействия, совет или поддержка; действия по контролю посредством управления поведением, условиями жизни, сбора информации; описание влияния, уговоров, убеждения, подкупа, спора и доказательства; действия по демонстрации себя с целью произвести впечатление на других; финансовая терминология. Кроме действий, к категории «власть» относятся номинализации власти, государства, армии, юриспруденции, менеджмента, сферы денег.

Выделяются следующие категории власти:

1. «**Действия власти**» - номинализации действий власти (война, революция, бой) и собственно действия власти (позволить, требовать, выступать), не входящие в другие категории.
2. «**Статус власти**» - номинализации государственной, военной, духовной, моральной и других форм власти (бог, закон, генерал, президент, священник, подвиг, авторитет); характеристики значения (великий, важный, известный); статусные действия (называться, означать)
3. «**Помощь**» - номинализации и действия помощи (просить, помочь, совет, жалеть) и обучения (учитель, учить, научить)

4. **«Эффекты власти»** - номинализации и действия, описывающие действия, направленные на получение реакций (угроза, отмечать); реакции на действия власти (признать, благодарить); действия демонстрирующие власть адресата (жаловаться) ; реактивные действия власти (сердиться, засмеяться, признать).
5. **«Деньги»** - номинализации (деньги, богатство), характеристики (богатый) и действия (оценить), связанные с функциями денег как всеобщего эквивалента и средства накопления, но не платежа (купить, покупать – инструментальная деятельность, но «подкупить» - власть).

В мотиве власти также выделяют субкатегории **«желание власти»** и **«страх власти»** (**«положительные»** и **«отрицательные»** для категории **«эффекты власти»** соответственно). В независимости от субкатегории к **«желание власти»** относятся все слова, относящиеся к действиям и номинализациям власти; к категории **«страх»** относятся реакции на действия власти, демонстрация власти адресата, реактивные действия власти, категории **«желания власти»** с негативными предложениями и приставками (не, нет).

Мотив «аффилиации»

К мотивации аффилиации относятся слова, описывающие поиск дружеских связей (дружба), общения с другими (беседа), социальную кооперацию (вместе), любовь, присоединение к группе (знакомый).

Выделены следующие категории:

1. **«Отношения»** – номинализации и действия понятий общения (любовь, дружба, обида, игнорирование и т.д.), содержащих параметр эмоциональной оценки субъектов общения друг другом.
2. **«Общение»** – номинализации и действия общения, не содержащих в прямую эмоциональных оценок субъектов друг другом (гость, общение, знакомиться, общаться и т.д.)
3. **«Кооперация и присоединение к группе»** – номинализации и действия совместной деятельности (вместе, сотрудничество, союзный и т.д.).

Некоторые слова, содержащие ярко выраженный эмоциональный компонент оценки события или объекта, атрибутированы также по двум субкатегориям: **«надежда на поддержку»** (улыбнуться, доверие) и **«страх отвержения»** (переругаться, игнорирование).

Категории «инструментальной деятельности»

Различные глаголы и номинализации рутинных действий, не несущих мотивационных смыслов, но описывающие способы достижения целей, объединены в следующие категории:

1. **«Движение»** - слова, описывающие все виды самостоятельного физического

- движения объекта (идти, бежать, появиться и т.д.).
2. «**Перемещение**» – слова, описывающие виды действий, связанных с приданием движения внешним объектам (дать, взять, кидать, нести) или действия с двигающимися объектами (принять, остановить).
 3. «**Манипуляции**» - слова, описывающие рутинные действия (работать, заниматься, писать, тронуть, вытирать и т.д.) и события с материальными объектами (гореть, испортиться и т.д.)
 4. «**Ментальные операции**» - слова, описывающие действия размышления и других операций обработки информации.
 5. «**Восприятие**» – слова, описывающие процессы восприятия.
 6. «**Коммуникация**» - слова, описывающие процессы коммуникации, трансляции информации.

В категориях «движение» и «перемещение» выделяются **пространственные субкатегории**: место (стоять), «через» (идти), «вверх» (поднимать), вниз (опускать), внутрь (наполнять), вовне (выпускать), к (приближаться), от (удаляться), никуда (терять), ниоткуда (явиться), реверс (вернуться), сторона (обойти).

Слова, относящиеся к категориям «ментальные операции», «восприятие» и «коммуникация» обязательно относятся к одной из категорий репрезентации (слух, зрение, кинестетика или рациональной).

Эмоции

Эмоциональный контекст деятельности описывается людьми не только через использование соответствующих собственно эмоциональных (радость, радостный, грусть, грустный), но и «общеоценочных» (хорошо, плохо) слов. Также эмоциональный контекст задается номинализациями, используемыми для называния других участников ситуации. Строго говоря, использование эмоциональных слов для описания ситуации (события) является следствием проекции и антропификации самой ситуации (т.е. рассматривание ситуации как субъекта самой себя, типичная фраза «... ситуация развивалась сама по себе»), предметов, природных явлений и т.д., так или иначе считающихся важным говорящим для описания ситуации. Соответственно, для выявления эмоционального фона ситуации необходим учет следующих групп слов:

1. Общеоценочные слова (хорошо, плохо, тяжело и т.д.).
2. Прилагательные и номинализации, используемые для описания и оценки человека, включая наиболее распространенные метафоры.
3. Глаголы, описывающие эмоциональные реакции человека.

В отличие от других мотивационных категорий, отнесение конкретного слова к той или иной категории весьма затруднительно по многозначности большинства слов описания «эмоций». Кроме того, для описания эмоций больше подходит не «категоризационная» схема описания, а «континуальная», т.е. не отнесение слова к

той или иной смысловой категории, а определение значения слова на определенной смысловой шкале (как правило, биполярной, но не обязательно симметричной). В качестве таких «смысловых шкал» нами использовались 15 факторов, выделенных А.Г.Шмелевым и В.И.Похилько (1982-1988, программа ТЕЗАЛ). При такой подходе каждое слово оценивается по всем пятнадцати шкалам, а «эмоциональный» профиль деятельности задается оценкой участников, их переживаниями, ожиданиями и т.д.

В качестве примеров в таблице представлены слова, имеющие максимальные, минимальные значения по шкале («пример полюса»), и слова, которые по данной шкале имеют «нулевые значения» (т.е. этот критерий к ним не применим). Использование факторной модели избавило нас от введения многочисленных категорий (по данным А.Г.Шмелева, их может быть не менее 112) и проблем, связанных с известным сравнением «умных» и «красивых».

Смысловая шкала	Пример полюса (-)	Центр шкалы (0)	Пример полюса (+)
1. Оценка эмоциональная	Злой, бесчеловечный	Говорун, конспиратор	Добрый, сердечный
2. Оценка интеллектуальная	Глупый, тупица	Отщепенец, филантроп	Думающий, просвещенный
3. Активность	Апатичный	Немилосердный, противный	Оживленный
4. Сила эмоциональная	Небрежный	Отчаянный, кровосос	Обязательный
5. Сила физическая	Слабый, тряпка	Жадина, циник	Сильный, боец
6. Раздражительность	Покладистый, спокойный	Безвольный, безгрешный	Невыдержанный
7. Практичность	Наивный	Бука, волокита	Опытный, практичный
8. Нравственная оценка	Лгун	Бодрый, веселый	Незапятнанный, праведный
9. Ригидность	Соглашатель	Белоручка, бравый	Неуступчивый
10. Демонстративность	Непритязательный	Балбес, безграмотный	Избалованный, капризный
11. Деятельность	Волокитчик	Артистичный, бандит	Дельный, деловой
12. Скрытность	Раскрепощенный	Бесконфликтный, вор	Нелюдимый
13. Эгоизм	Непритязательный	Безудержный, ветренный	Гордец, самолюбивый
14. Утонченность	Наглый, невежливый	Безответственный, бродяга	Изысканный, музыкальный
15. Необычность	Типичный	Аккуратный, беспощадный	Необычный

Валентность

Валентность - критерии описания ситуации деятельности, влияющие на саму возможность осуществления деятельности. Понятие было сформулировано в «теории поля» К.Левина и является суммой внешних (например, физического расстояния, времени ожидания и т.д.) и внутренних (например, эмоции) условий ситуации деятельности. «Отрицательная» валентность уменьшает активность по

достижению цели, «положительная» увеличивает такие усилия.

В категорию «валентностей» включены 'факторы времени' (рано, поздно, вовремя), пространства (близко, далеко), прогноза (убежденность, уверенность) и переживаний (страх).

Субкатегории валентности «отрицательная» и «положительная».

ОПИСАНИЕ ВСТРОЕННЫХ КАТЕГОРИЙ

Акцентуации

В каждом тексте проявляется личность его автора. Конечно, текст может быть написан несколькими авторами, или написан по чужому шаблону. Но и в это случае в нем сохраняется определенный эмоциональный настрой, те или иные психологические смыслы.

В основе психиатрической типологии текстов лежат результаты докторской диссертации **В.П.Белянина**. Они нашли отражение в его книгах "**Психолингвистические аспекты художественного текста**", МГУ, 1988 и "**Введение в психиатрическое литературоведение**", Франкфурт, 1996. Подсистема психиатрического анализа текстов создана при непосредственном участии В.П. Белянина.

Каждый из типов текстов отражает мироощущение того или иного типа акцентуированной личности. Типы текстов определяются по преимущественно используемой лексике. Более подробную информацию можно получить в упомянутых выше книгах.

В соответствии с гипотезой Геннекена-Рубакина, читатель наиболее адекватно интерпретирует те тексты, которые соответствуют имеющимся у него и понятным ему психическим состояниям и мироощущению в целом. Именно они оказывают на него максимальное воздействие. Те же тексты, которые описывают мироощущение, которое не характерно для читателя, на него могут не оказывать никакого воздействия, или даже обратное задуманному автором.

Самое большое влияние на читателя оказывает те тексты, которые содержат семантические компоненты, принадлежащие разным типам текстов.

Акцентуация - особенность здорового характера иметь характерологический рисунок (радикал), не входящий в специальную дифференциальную диагностику, но близкую ей.

Наличие той или иной акцентуации характера еще не свидетельствует о заболевании. Лишь на уровне патологии акцентуации соответствует заболеванию.

В настоящее время с помощью системы ВААЛ вы можете определить пять типов акцентуации личности автора текста:

- **Паранойяльную;**

- **Возбудимую;**
- **Демонстративную;**
- **Депрессивную;**
- **Гипертимическую.**

Возможны и смешанные типы акцентуации личности.

Паранойяльные личности

Паранойяльная акцентуация характера личности - это повышенная подозрительность и болезненная обидчивость, стойкость отрицательных аффектов, стремление к доминированию, неприятие мнения другого и, как следствие, высокая конфликтность. **К.Леонгард** в книге **Акцентуированные личности** называет людей с паранойяльной акцентуацией **застревающими** личностями.

Природа паранойяльности заключается в наличии сверхценной идеи, в оценке себя как основного центра вселенной. Для поведения паранойяльной личности характерны лидерство и эгоизм. Лидерство - это умение организовать деятельность и направить других людей на осуществление какой-либо общественно-значимой цели. Паранойяльные личности в наибольшей степени подходят для фигуры лидера. Сопутствующий лидерству эгоизм проявляется в желании организовать всю деятельность вокруг себя. Недаром другое название для паранойи - мания величия. При этом мания величия может переходить в манию преследования.

Предпочитаемые роды деятельности паранойяльной личности - политика, религия, наставничество. При интересе паранойяльной личности к религии возможно проявление фанатизма в отношении своих идей и нетерпимости к другим мнениям. Что касается интересов паранойяльной личности, то по преимуществу, они направлены на классику, реалистическое искусство и в целом на традиционную культуру.

Если говорить о внешности, то, чаще всего паранойяльная личность имеет крупное телосложение и представительный вид, обладает громким голосом.

Возбудимые личности

Возбудимой личности свойственны черты характера, вырабатывающиеся в связи с недостаточной управляемостью. Они выражаются в том, что решающими для образа жизни и поведения человека часто являются не благоразумие, не логическое взвешивание своих поступков, а влечения, инстинкты, неконтролируемые побуждения. То, что подсказывается разумом, не принимается во внимание.

Характер возбудимой личности следует считать тяжелым. Такой человек

нередко испытывает гневливое настроение, ярость. Для такого человека характерны сниженность интеллекта, слащавость. Направленности на конкретное дело соответствует ориентация на природу человека, в том числе и на секс. Возбудимая личность занимает определенные ниши в человеческой деятельности: физический труд; счет мелких предметов (например фишек, денег), работа руками с мелкими предметами (печатание на машинке, вязание и т.п.); организация чужой работы, секс (проституция). Возможна работа с детьми и преподавание (как правило с нуля).

Что касается творческих аспектов деятельности, то тут преобладает вторичное творчество и трансляция результатов чужого умственного труда. Нередко использование чужого сюжета, пересказ известных произведений.

Внешний вид таких личностей может быть разным. Либо худощавость (в том числе и лица) и борода клинышком, либо коренастость (особенно у женщин).

Когнитивная установка возбудимой личности двупланова. С одной стороны Я - человек простой, природный, делающий свое дело. С другой стороны, мне мешает ОН - умный и потому опасный.

Демонстративные личности

Демонстративность - акцентуация характера, проявляющаяся в стремлении почти постоянно пребывать в центре внимания. При выраженной акцентуации **демонстративному** типу соответствует **истерический** тип.

Описывая истерию, все исследователи отмечают, что она проявляется особым, рассчитанным на внешний эффект поведением и особыми - истерическими - реакциями, которые обусловлены ситуативно. Демонстративная личность капризничает, манерничает, притворяется только до тех пор, пока на нее обращают внимание, причем любое - с положительным знаком или с неприязнью. Главное - не равнодушие, которое она не терпит.

Демонстративные женщины инфантильны, неразвиты. Их суждения не отличаются абстрактностью, мышление их не столь конкретно, сколь ситуативно - привязано к произошедшему недавно событию. Они в значительной степени внушаемы, легко поддаются уговариванию, принимают позицию авторитетного для них собеседника некритически.

Демонстративная форма поведения, характеризуясь театральностью, нарочитостью, полна стремления представлять совершенные личностью действия в выгодном свете, приписывая себе несвойственные достоинства и положительные качества или просто придумывая эффективные события, где рассказчик играет главную, зачастую героическую роль.

Демонстративные личности предпочитают род деятельности, связанный с миром искусства. Театр, кино, оперетта, моды, дизайн привлекает к себе именно таких лиц. Возможность упомянуть о своем знакомстве со знаменитостью доставляет им огромное удовольствие.

В одежде демонстративной личности много украшений (крупные бусы, клипсы, бантики, повязки на голове, яркие ленты), они носят яркую одежду даже в пожилом возрасте. Предпочтение при этом отдается белому цвету.

У мужчин таким средством обратить на себя внимание может быть мундштук, курительная трубка с табаком в кисете, трость с резьбой, яркий пиджак, значок и т.п. Нередко они носят усы. Нижняя губа увеличена, походка шаркающая, говорят преувеличенно громко.

Эпатажность мужчин проявляется и в беседах на скабрзные темы, с пошлостями и грубостями, которые говорятся с достаточно серьезным видом. По функции их речь представляет собой вызов, оскорбление, провокацию скандала. Обзывая других такое лицо уверенно, что оскорблено именно оно.

Обилие жестов и телодвижений сопровождается особой интонацией: она прерывистая с подъемом на каждом слове (особенно у женщин).

Следует отметить как очень характерную черту - смех демонстративной личности. Он резкий, взрывной, хриплый. Достаточно часто он сопровождает собственную шутку.

У демонстративных мужчин нередко в речи возникают паузы и останавливается взгляд после сказанного: они словно ожидают эффекта, который должны произвести их слова.

Говоря об особенностях жизненного пути, можно отметить, что демонстративная личность описывает свою жизнь как полную унижений, измен партнера по браку, склок с соседями, притеснений и неудач.

Депрессивные личности

Депрессивные личности - это люди с постоянно сниженным настроением. Картина мира как будто покрыта для них траурным флером, жизнь кажется бессмысленной, во всем они отыскивают только мрачные стороны. Это прирожденные пессимисты.

Жизнь перед всеми ставит проблемы, но для депрессивной личности они кажутся столь сложными, что такой человек всегда готов к худшему исходу. Нередко жизненный путь таких людей преждевременно обрывается самоубийством, к которому они словно готовы в любую минуту жизни. При этом

они никак не могут отделаться от уверенности в своей собственной виновности, окрашивающей для них чрезвычайно тяжелым чувством воспоминания о самых обычных поступках юности. Соответственно этому им часто кажется, что окружающие относятся к ним с презрением, смотрят на них свысока. Это заставляет их сторониться других людей, замыкаться в себе. Иной раз они настолько погружаются в свои самобичевания, что совсем перестают интересоваться окружающей действительностью, делаются к ней равнодушными и безразличными.

Вечно угрюмые, мрачные, недовольные и малоразговорчивые, они невольно отталкивают от себя даже сочувствующих им лиц.

Неудивительно, что всякое радостное событие сейчас же отравляется для них мыслью о непрочности радости, от будущего они не ждут ничего, кроме несчастья и трудностей, прошлое же доставляет им только угрызения совести по поводу действительных и мнимых ошибок, сделанных ими.

В то же время за угрюмой оболочкой таких личностей обычно теплится большая доброта, отзывчивость и способность понимать душевные движения других людей.

Общение в целом их утомляет - они устают и от шума, и от разговоров. Им хочется побыть одним в тишине и спокойствии. Их трудно назвать разговорчивыми. Кроме того в межличностном поведении депрессивная личность характеризуется пассивностью - она редко вступает в контакт первой и в споре такой человек готов уступить другому, лишь бы не портить с ним отношения.

Если говорить о внешности депрессивной личности, то следует отметить, что во внешних их проявлениях, в движениях, в мимике большей частью видны следы какой-то заторможенности, опущенные черты лица, бессильно повисшие руки, медленная походка, скупые, вялые жесты.

Какая бы то ни было работа, деятельность по большей части им неприятна, и они скоро от нее утомляются. Кроме того, в сделанном они замечают преимущественно ошибки, а в том, что предстоит - столько трудностей, что в предвидении их невольно опускаются руки. К тому же большинство из них обычно неспособно к продолжительному волевому напряжению и легко впадают в отчаяние. Все это делает их крайне нерешительными и неспособными ни к какой действенной инициативе.

Гипертимичные личности

Гипертимичность - постоянно повышенное настроение, оптимистический взгляд на мир.

Для гипертимичных личностей характерно повышенное настроение, при котором люди пребывают в радостном состоянии, в их воспоминаниях все только прекрасное, будущее для них представляется в розовых красках, они полны планов. Их повышенная продуктивность бывает, однако, беспорядочной и хаотичной.

Им свойственно также интеллектуальное возбуждение, проявляющееся в быстрой смене идей и представлений, которое объясняется тем, что в мышлении нет должного контроля со стороны руководящих представлений. Сочетание ассоциаций происходит больше по внешним признакам. На каждый вопрос они отвечают фонтаном слов, каждое из которых влечет за собой новую цепь образов. Отсюда поверхностность мышления, симптом скачки идей, приводящей даже к спутанности.

Внимание у таких людей обострено - они очень наблюдательны, все быстро замечают, даже мелкие детали. Они быстро делают соответствующие выводы, поражая своей догадливостью и сообразительностью. Правда, выводы их нередко слишком поспешны, недостаточно продуманы и не верны, так как основываются не на всех подлежащих рассмотрению данных.

У них наблюдается отсутствие всяких жизненных тревог. Присутствует довольно туманная житейская бодрость, доведенная самопереоценкой, слабостью критики и расторможенностью импульсов до карикатуры.

Таким людям свойственна самоуверенность, бесцеремонность, что при обычно повышенной самооценке делает их несносными спорщиками; нередко они лживы, завистливы, склонны к рискованным приключениям при полном отсутствии критического отношения к своим недостаткам. У них отмечается постоянная потребность в увеселениях. Предприимчивость ведет к построению воздушных замков и грандиозных планов, кладущих начало широковещательным, но редко доводимым до конца начинаниям.

В целом же - это одаренные субъекты, которые изумляют окружающих гибкостью и многосторонностью своей психики, богатством мыслей, часто художественной одаренностью, душевной добротой и отзывчивостью, а главное, всегда веселым настроением.

Каналы восприятия (Репрезентативные системы)

Репрезентация определяет как организован наш опыт и как мы описываем мир:

- в ощущениях (**кинестетика**)
- в образах (**визуальная** система)
- звуках (**аудиальная** система)
- как набор знаний (**рациональная или дигитальная** система),

или более редко используемых сенсорных ощущениях типа *запаха* и *вкуса*. Наше внутреннее описание мира находит свое отражение в тех словах (предикатах), которые мы используем при общении, нашей мимике и жестах. Собеседник нас будет слышать и понимать в независимости от нашего набора предикатов (мы можем говорить, что «я *вижу*, что происходит» или «я *чувствую*, как идут дела» или «что-то мне *подсказывает*, что надо ...»), но эмоционально более значима для вашего собеседника информация, описанная в специфичных для него предикатах. Собеседник же, анализируя нашу лексику, может использовать более значимую лексику для нас и мы быстрее договоримся.

У каждого есть предпочтение того или иного канала для поступления новой информации: кто-то предпочитает прочитать текст сам, кто-то обсудить со «знающим» человеком, а третий, пока «сам не попробует», никому не поверит. Предпочтение того или иного канала для поступления новой информации определяет *ключевую репрезентативную* систему, «канал» доступа, используя который мы сможем донести всю необходимую информацию. *Чаще всего, но не всегда*, ключевая система является также системой, используемой в организации внутреннего опыта (*ведущая репрезентативная* система). Соответственно, в зависимости от ведущей системы культуры и людей можно разделить на группы "кинестетическую", "визуальную", "аудиальную" и "рациональную" ("дигитальную", основанную не на сенсорном опыте, а на 'знании', 'понимании' и т.д.).

Все характеристики об окружающих нас предметах (называемые субмодальностями, например цвет и яркость для визуальной репрезентации, громкость для аудиальной и т.д.), информация о которых поступила по соответствующим каналам, переформулируются в субмодальности репрезентации, более "подходящие" для конкретного человека (например, громкость звука, издаваемого объектом, в памяти человека передается через интенсивность цвета окраски объекта), и когда он начинает рассказывать о предметах, то использует слова, соответствующие субмодальностям репрезентации, в которых информация "хранится" у него в памяти.

Слова, принадлежащие к конкретной репрезентативной системе, можно разделить на категории по описанию того или иного этапа коммуникации - этапа **восприятия информации, обработки и трансляции**.

Участие различных репрезентаций на различных этапах коммуникации, как она воспринимается носителями русского языка, отображено в следующем графике (запах и вкус, суммарно имеющие около 0,5% словоупотребления, не включены):

	Видео	Кинестетик а	Аудио	Рацио
Восприятие	45%	4%	16%	35%

Обработка	5%	60%	5%	30%
Трансляция	25%	20%	25%	30%
Общая	25%	28%	15%	32%

Исторически ведущей системой внутреннего опыта является кинестетическая система (маленькие дети должны все попробовать сами: слова «горячо» и «холодно» приобретают смысл только после личной пробы). Социальный опыт и знания не могут быть переданы непосредственно через ощущения и успешность обучения (понимаемая как объем запомненной информации) зависит от развития визуальной системы как ключевой и репрезентирующей. Это связано с тем, что физиологическая емкость зрительного канала на несколько порядков превосходит кинестетический, а яркие объемные образы позволяют получаемый объем информации эффективно организовывать во "внутренние карты".

Исследования показали, что даже такой "аудиальный", на первый взгляд, навык, как грамотность, зависит от использования визуальной системы: грамотные люди прежде всего «видят», что слово написано неправильно, т.е. они хранят в памяти образы правильного написания слов.

Социально-эффективные люди (бизнесмены, крупные ученые, эффективные продавцы) более активно используют визуальную систему для репрезентации своего опыта. Как коммуникаторы более эффективны представители визуально-кинестетического типа, они "видя, чувствуют" аудиторию. В специальных высокоформализованных областях знания (физика, кибернетика) часто бывают эффективны люди рационального типа, т.к. высокий уровень формализации не допускает внесения личного опыта, переживания и в профессиональной коммуникации более важно что говорить, и чем более формально, тем более правильно.

Для выявления репрезентирующей системы автора текста целесообразно оценивать корреляцию признаков репрезентации с категорией "я", а восприятие аудитории автором - по корреляциям с "чужой", "другие" и т.д.

Различные возрастные, образовательные и социальные группы имеют различную как выраженность, так и "состав" репрезентации: с возрастом снижается общая выраженность сенсорных репрезентаций (видео, аудио, кинестетика) и в целом снижается доля кинестетики и т.д.

Результаты электорального исследования 1996 года (выборка - российская, репрезентативная, 3000 человек) демонстрируют различия электоратов по каналам репрезентации. Полученные результаты подтверждают "исходное предположение" НЛП, что развитие и адекватность систем обратной связи (что находит свое отражение в языке) влияют положительно на всё развитие и состояние человека.

В исследованиях аудитории СМИ (1996-1997) были получены ряд результатов, подтверждающих возможности различий между "ключевыми" и

"ведущими" системами, проявляющихся в предпочтении различных типов СМИ и различных передач.

При организации массовой коммуникации в России наиболее успешным будет использование визуально-кинестетической ассоциации, а не вербально-рациональной, как принято считать.

Так как при планировании конкретной кампании не всегда есть время для проведения исследования "на людях", то получить информацию о структуре ключевой и ведущих систем можно путем анализа рейтинговых и высокоспецифичных (определяемых по индексу соответствия) СМИ для данной целевой группы.

Психоаналитическая символика

К психоаналитической символике были отнесены следующие категории:

- мужская и женская сексуальная символика;
- агрессивно окрашенная лексика;
- архетипически значимая лексика;
- позитивно и негативно окрашенная лексика;
- символика жизни и смерти.

Мужская и женская сексуальная символика

Важной характеристикой текстов является их нагруженность сексуальными символами и особенности их употребления.

Возвращаясь к классическому психоанализу Фрейда, стоит напомнить, сколь большое значение придается им сексуальной жизни человека. Особенности сексуального развития ребенка объясняются многие черты характера человека, его различные психические заболевания.

Многие предметы и явления приобретают для человека сексуальную символику. Подробно об этом можно прочитать в работах **З.Фрейда** “Введение в психоанализ” и “Толкование сновидений”.

Мужскими сексуальными символами являются, например, **палки, зонты, шесты, ножи, копья, ружья, пистолеты, молотки, ключи, различные инструменты, число три, водопроводные краны, фонтаны, висячие лампы, воздушные шары, самолеты, пресмыкающиеся, рыбы, горы, скалы и др.**

Женскими сексуальными символами являются **шахты, пещеры, сосуды, бутылки, коробки, чемоданы, ящики, карманы, шкафы, печи, комнаты, двери, ворота, бумага, книги, улитка, раковина, церковь, яблоки, персики, в целом фрукты, лес, кустарник, сад, город, замок, дворец, крепость, украшения, драгоценности, белое белье, полотно.** Список можно продолжить.

Сексуальная символика встречается не только в сновидениях. Фрейд указывает, что такая же символика используется в мифах и сказках, в народных поговорках и песнях, в общепринятом словоупотреблении и поэтических фантазиях. Очень многие лирические стихотворения просто насыщены такой символикой. Как употребление, так и сексуальная интерпретация такой символики происходят на бессознательном уровне. Сексуальная символика позволяет обращаться к интимному миру человека, не спрашивая на то его разрешения и не пренебрегая общественными нормами поведения.

Сколь скоро сексуальная жизнь человека имеет для него огромное значение, неявное и разумное обращение к ней через соответствующую символику способно усилить воздействие текстов. При этом вовсе не нужно ограничивать себя одними лишь рекламными слоганами. Это может быть и газетная статья, и листовка, и устное выступление перед аудиторией. Учет того, на какую аудиторию рассчитан данный текст, может потребовать внести определенные коррективы.

Агрессивно окрашенная лексика

Агрессивность человека может проявляться как в действиях, так и в языковых средствах, которые он использует при изложении своих мыслей. Путем анализа лексики, используемой в тексте, можно диагностировать уровень его агрессивности.

Если человек склонен к агрессивному типу поведения, это не может не отразиться в его языке. При этом наивным было бы делать выводы об агрессивности человека лишь на основании обнаружения в его высказываниях прямых призывов к агрессии против кого-либо. Так же, как ошибочные действия происходят в результате противоборства конкурирующих желаний, часть из которых вытеснена в подсознание, агрессивность будет проявляться в неосознаваемых предпочтениях употребления особой лексики. Назовем ее агрессивно окрашенной лексикой. Интересно отметить, что очень часто мы это интуитивно чувствуем.

Категория была составлена экспертами - мужчиной и женщиной. Интересно отметить, что практически все слова, оцененные экспертом-мужчиной как агрессивно окрашенные, были так же оценены и экспертом-женщиной. Но кроме этого эксперт-женщина оценила как агрессивно окрашенные многие другие слова. (Женщины тоньше чувствуют агрессивность?) В категорию вошли те слова, которые были отобраны обоими экспертами.

Архетипически значимая лексика

Разные понятия имеют для человека разную значимость. Очевидно, что понятия **мать, отец, дом, хлеб, вода, смерть, огонь, небо** значат для человека больше, чем понятия **знакомый, гостиница, булка, компот, насморк**. Это связано с тем, что понятия первой группы коренятся в глубинах человеческой психики. Они были важны для человека и тысячу и две тысячи лет назад. Если текст составлен с использованием терминов такого рода, его воздействие на нас особенно сильно.

В начале нашего века ученик Фрейда К.Г.Юнг ввел в научный обиход идею **психологических архетипов**. Эта идея является одним из наиболее значительных его вкладов в современную мысль. Объясняется это тем, что Юнг доказал присутствие архетипов в их символической форме не только в снах отдельных людей, но также и в мифологии, истории культуры, религиозных символах и обрядах, во всех продуктах человеческого воображения, каковыми являются литература и искусство. Он обнаружил, что в человеческом бессознательном существуют обладающие определенным смыслом некие первичные символы, которые могут спонтанно вырываться из бессознательного в любое время и в любом месте. Поскольку они являются универсальными, принадлежащими всему человечеству, образами, их символизм вызывает одинаковые чувства, поднимает одинаковые вопросы и порождает одинаковое поведение.

По выражению Юнга, **архетипы - это универсальные образы, которые существуют с самого начала времен**. Данное определение слишком общее, чтобы им можно было успешно пользоваться. Юнг во многих работах и на многих страницах растолковывает, что такое архетипы, как их следует понимать. Дать

четкое определение архетипа, по-видимому, невозможно. Это связано именно с фундаментальностью данного понятия для человеческой психологии. Его первичностью. Например, в одном из недавно выпущенных психологических словарей дано следующее определение архетипа:

Архетип(от греч. *arche* - начало и *typos* - образец) - центральная категория аналитической психологии, обозначающая способ связи определенных образов, алгоритм познания, модель поведения переходящие из поколения в поколение.

Трудно назвать это определение удовлетворительным. Приведем примеры архетипов. Существует архетип мужчины и архетип женщины, архетип отца и архетип матери, архетип брата и архетип сестры, архетип героя и архетип взрослого. Боги и герои греческого пантеона были символами и их также можно приравнять к архетипам. Эти образы выражали универсальные, первичные типы, из которых состоит человеческая личность. Существует также архетип любви и архетип ненависти, архетип огня и архетип воды, архетип солнца и архетип земли. Каждый человек, будь он даже последним циником, знает, какой должна быть настоящая любовь. В нем живет этот архетип. Огонь на протяжении тысячелетий служил объектом поклонения у разных совершенно не связанных друг с другом народов. На огне готовили пищу, он согревал, помогал защищаться от диких зверей. Особое отношение к огню мы наследовали еще от наших пещерных предков. Похожие слова можно сказать и о земле, воде, солнце. Из истории мы знаем, что существовало много культов поклонения им.

Юнг пишет, что любая связь с архетипом, пережита она или просто выражена, трогает; она освобождает в нас голос более могучий, чем наш собственный. Тот, кто разговаривает первообразами, говорит тысячью голосами; он постигает, преодолевает и вместе с тем возводит обозначаемое им из единичного и преходящего до сферы вечно сущего, он возвышает личную судьбу до судьбы человечества. Вот в чем тайна художественного воздействия. Творческий процесс заключается в бессознательном оживлении архетипа и его развитии и оформлении до заверченного произведения.

В качестве гипотезы можно принять, что лексика, представляющая архетипы, обладает в определенном смысле большим весом в семантическом поле языка. В каких экспериментах это могло бы быть обнаружено? Можно предположить, что **архетипически значимые слова, будучи центрами притяжения мысли, будут чаще, нежели другие слова, являться реакцией в свободном ассоциативном эксперименте.** Но простой частоты мало. Они должны являться относительно частыми реакцией на разные стимулы. Т.е. если из тысячи человек на стимул ПРЕЗИДЕНТ все скажут - ИМПИЧМЕНТ, этого будет еще мало, чтобы причислить слово импичмент к архетипически значимым. Вот если бы слово ИМПИЧМЕНТ оказалось в числе частых реакций еще на многие другие стимулы, тогда могли бы появиться соответствующие основания.

Это было принято в качестве гипотезы. В 1994 году Институтом русского языка РАН был издан **Русский Ассоциативный Словарь**. С помощью этого словаря по формальным критериям была создана категория архетипически значимых слов. В качестве критериев для отбора были использованы два: **частота проявления в виде реакции; частота проявления в виде реакции на различные стимулы**. В результате каждому слову был сопоставлен определенный весовой коэффициент. В построенную категорию вошли практически все архетипы, которые упоминаются в психоаналитической литературе. Не вошло слово ГЕРОЙ. Причина может заключаться в том, что понятие ГЕРОЯ было девальвировано в нашем сознании за время советской власти - мать героиня, герой труда и пр.

Можно было предположить, что таким образом отобранная архетипически значимая лексика является просто наиболее частотной лексикой русского языка. Однако оказалось, что корреляция между весовыми коэффициентами и нормальными частотами слов слишком мала (около +0.2), чтобы считать лексику, выделенную по нашим критериям, просто наиболее частотной. В то же время корреляция положительна, как и должно быть для значимого пласта лексики.

Итак, категория архетипически значимой (в нашем понимании) лексики представляет понятия, которые наиболее часто ассоциативно связаны со многими другими понятиями.

Позитивно и негативно окрашенная лексика

Для понимания, что представляют собой эти категории, достаточно привести примеры слов, которые в них входят:

Позитив: авторитет, белый, волшебник, доброта, ласковый, привет, шутливо, щедрый...

Негатив: бедный, боязнь, врать, зависть, заорать, нелепый, пьянство, угрюмо, ярость...

Символика жизни и смерти

Для этих двух категорий мы также ограничимся примерами:

Жизнь: вырастать, горячий, громкий, разноцветный, рассвет, теплый, улыбнуться, утренний, утро, юноша...

Смерть: бабушка, безлюдный, бледный, болото, вонять, гниль, лед, мрак, осень, сон, уснуть, хлам...

Мотивационные категории

Мотивационный анализ

Под словом «мотивация» понимают совокупность «целей, причин и форм деятельности» (Хекхаузен, 1986, т.1., с.8) человека.

В структуре мотивации выделяют следующие составляющие:

- **потребности;**
- **мотивы;**
- **инструментальная деятельность;**
- **валентность ситуации.**

Наличие **потребностей** является необходимой и достаточной причиной для любой целенаправленной деятельности, **мотивы** являются конструктом, описывающим выбор целей, средств и методов удовлетворения потребностей, **инструментальная деятельность** описывает действия с предметным миром и информацией в процессе деятельности. В группу **валентностей** включают не-эмоциональные критерии описания ситуации, влияющие на возможность осуществления деятельности.

Потребность – внутренняя сила индивида, побуждающая к осуществлению качественно определенных форм активности (деятельности), необходимых для сохранения и развития.

- **внутренние потребности («желания»)** являются результатом собственных желаний и потребностей индивида. Они проявляются в использовании таких слов как «воля», «желать», «хотеть» и т.д.
- **внешние потребности («обязательства»)** являются результатом влияния на индивида обстоятельств, обязательств, мнения других людей и т.д. Они проявляются в использовании таких слов как «долг», «необходимость», «обязательство» и т.д.

Мотив – цель ('материальный или идеальный предмет'), которая побуждает и направляет на себя деятельность индивида и ради которой деятельности осуществляется.

В применяемой классификации выделяются четыре группы мотивов:

- **физиологические;**
- **достижения;**
- **власти;**
- **аффилиации.**

Физиологические мотивы. К категории «физиологические мотивы» относятся слова, описывающие физиологические метаболические (есть, пить и т.д.), поведенческие (дышать, спать) действия, физиологические события рождения, жизни и смерти.

Мотив “достижение”. К категории «достижения» относятся слова, указывающие на выполнение деятельности, направленной на достижение и номинализации, относящихся к деятельности (сделать, понять, план, задача и т.д.).

- к категории «достижение» относятся слова, положительно формулирующие цель деятельности (решение, искать, успех, действовать);
- к категории «неудача» - негативно формулирующие цель деятельности (ошибка, бедствие, неудача, избегать), а также слова, относящиеся к субкатегории «достижение» с негативным предлогами и приставками (не, нет).

Мотив “власть”. К категории «власть» относятся слова, описывающие установление, поддержание или восстановления своей власти, т.е. своего воздействия, контроля или влияния на другого человека, группу людей, мир в целом. К таким типам действий относятся: нападение, атака, погоня или поимка, словесные угрозы, оскорбления, обвинения и упреки, сексуальная эксплуатация, преступления; достижение или демонстрация превосходства, использование слабости других; оказание помощи, содействия, совет или поддержка; действия по контролю посредством управления поведением, условиями жизни, сбора информации; описание влияния, уговоров, убеждения, подкупа, спора и доказательства; действия по демонстрации себя с целью произвести впечатление на других; финансовая терминология. Кроме действий, к категории «власть» относятся номинализации власти, государства, армии, юриспруденции, менеджмента, сферы денег.

В мотиве власти также выделяют категории «**желание власти**» и «**страх власти**».

- к «**желание власти**» относятся все слова, относящиеся к действиям и номинализациям власти;
- к категории «**страх власти**» относятся реакции на действия власти, демонстрация власти адресата, реактивные действия власти, категории «желания власти» с негативными предлогами и приставками (не, нет).

Мотив «аффилиации». К мотивации аффилиации относятся слова, описывающие поиск дружеских связей (дружба), общения с другими (беседа), социальную кооперацию (вместе), любовь, присоединение к группе (знакомый).

Некоторые слова, содержащие ярко выраженный эмоциональный компонент оценки события или объекта, атрибутированы также по категориям

- «**надежда на поддержку**» (улыбнуться, доверие);
- «**страх отвержения**» (переругаться, игнорирование).

Инструментальная деятельность – конкретные действия (физические или ментальные) индивида по удовлетворению потребности.

Инструментальная деятельность включают собственное перемещение в пространстве (**движение**: идти), перемещение в пространстве (**перемещение**: нести) или изменение качеств (**манипуляция**: изменить) физических объектов, а также **восприятие** (слышать, видеть, чувствовать), **обработку** (рассматривать, прислушиваться, переживать, думать) и **трансляцию** (говорить, рисовать, выражать) или **ретрансляцию** (беседовать, возражать) информации (см. также Каналы восприятия).

Валентности. В качестве регулятора деятельности выступают **валентности**, в качестве которых выступают характеристики пространства (близко – далеко), движения (к – от), времени ('долго – недолго', 'скоро' – 'через значительное время', 'рано, поздно – пора, сейчас') и поведения (ждать) характеристики.

В качестве валентности можно рассматривать также **эмоции**, но учитывая их самостоятельную значимость, они были выделены в отдельную группу анализа (см. Эмоционально-лексические оценки).

Чтобы считать текст мотивационным в нем должна диагностироваться категория **потребность**. В случае отсутствия категории **потребность** данный текст не является мотивационным.

Влияние выраженности и констелляции мотивов

Немотивированная деятельность как правило неудачна.

Сила потребностей и выраженность мотивов приводит к увеличению активности человека.

Структура мотивов определяет средства и формы достижения целей: трудом, властью или дружбой. При этом выбор достижимых целей, правильная оценка вероятности различных событий, склонность к сотрудничеству и настойчивость в собственной деятельности больше свойственно людям с выраженной мотивацией достижения. Люди с выраженным мотивом власти считают себя и оцениваются окружающими как хорошие руководители, их подчиненные гордятся принадлежностью к руководимыми ими группам. Люди с высоким мотивом

аффиляции стремятся устанавливать хорошие отношения с окружающими, хорошо взаимодействуют в группе, но не могут работать самостоятельно.

При выраженности мотивов избегания (неудача, страх власти и страх отвержения) указанные выше особенности сохраняются, но менее выражены и деятельность сопровождается негативными переживаниями, ошибками в деятельности и коммуникации и довольно быстро приводят к угасанию мотивации.

Конфликтная мотивация вызывает непоследовательность, хаотичность деятельности и к избеганию достижения результата в результате «непреднамеренной ошибки».

Метапрограммы

Метапрограммы - это фильтры восприятия, которые мы используем для того, чтобы определить, какая информация будет допущена в наше сознание. Поскольку метапрограммы фильтруют опыт и мы передаем опыт с помощью языка, то определенные структуры языка оказываются типичными для определенных метапрограмм. Метапрограммы оказывают сильное влияние на процессы мотивации и принятия решения. Более подробную информацию о том, что такое метапрограммы, можно узнать из руководств по нейролингвистическому программированию.

Структурные, в основном служебные слова, традиционно объявляются лингвистами лишенными знаменательности, являющимися всего лишь упаковочным материалом для основных слов. Наряду с этим традиционным учебно-методическим утверждением отмечается рост интереса к художественным аспектам функционирования структурных слов: стоит отметить известную работу Б.М.Эйхенбаума об А.Ахматовой и гораздо менее известную работу И.В.Фоменко **Служебные слова как возможность реконструкции авторского мироощущения.**

В основу определения метапрограмм как раз и положен анализ употребления структурных слов. Данная работа выполнена **Михаилом Дымшицем.**

Время

Управлению четвертым измерением - **временем** - посвящено всего 0,4% структурных слов. Время описывается двумя характеристиками - **определенностью - неопределенностью**, и временными интервалами **до - после - неопределенность**. Около половины словоупотребления приходится на **неопределенное** время, но обращает на себя внимание выраженность структуризации прошлого времени - 61% всех словоупотреблений (поровну определенное - неопределенное), конкретной структуризации будущего посвящено 19% употребления, столько же, сколько **неопределенному** времени.

Выраженность тех или иных характеристик позволяет выявить временную ориентацию текста, его соответствие заявленной цели коммуникации: насколько текст, посвященный достижению целей ориентирует читателей (слушателей) в будущее или предлагает взять **весь опыт в прошлом**.

Свой-чужой

При общении с людьми происходит различие **свой** - **чужой**. Использование структурных слов для конкретного отображения **чужого** (он, она и производные) составляет 36%, **свой** - 37%. Для избегания называния **чужого** используется целый ряд неконкретных местоимений (кое-кто, тот, этот, кто-нибудь), составляющих около 20% словоупотреблений, и около 7% словоупотребления связано с вопросительными местоимениями.

Замена называния конкретного человека (объекта, события) местоимением или идиомой является типичным приемом на пути искажения информации. Повышение доли местоимений в тексте может служить маркером неискренности говорящего (пишущего), его восприятия отношений с обсуждаемыми в тексте (выступлении) людей: повышение доли слов, соответствующих программе **чужой** (особенно **неконкретных**) характерно для различных политизированных текстов.

Пространство

Собственно пространство описывается ориентацией (центр, наверху, внизу, впереди, сзади, справа и слева) и протяженностью (внутри - граница (близко) - далеко - неопределенно).

Структуризации пространства посвящена организации **внутри, в центре** (44,2%: в, включая, посреди, тут, через) и **рядом, в стороне** (21,1%: вокруг, вблизи, вдоль) и **рядом, наверху** (22,7%: на, над, по, поверх, сверх). Приведенные данные (см. **Ошибка! Источник ссылки не найден.**) в определенной мере демонстрируют искажение пространства в речевом конструировании: полное отсутствие **далеко внизу**, соразмерность **рядом** и **далеко** сзади при ярко выраженной диспропорции **верх-перед, рядом** (абсолютное доминирование **верх**) и **далеко** (преобладание **вперед**).

На уровне значимой лексики сохраняется характер пропорций: использование слов **верх, сверху** в три раза превышает использование слов **низ, снизу** (141 и 47 соответственно).

Семантическое значение вертикали и горизонтали в культуре русского языка и, по всей видимости, в других языках, довольно однозначно: человек может **возвыситься**, а можно и **опуститься**. Но горизонтальная семантика не столь **пространственна**: **правый** противопоставляется **ошибающемуся** и **правильное** - **ошибочному**. Практически, структура языка задает организацию пространства **сзади наверх** с организацией успешного опыта в правой стороне пространства и игнорирования негативного опыта, оказывающемуся вне поле вне поля зрения говорящего и недоступного для анализа.

Интерпретация результатов проводится также сравнением с заявленными целями коммуникации. Например, рекламные тексты по своим задачам всегда направлены **вперед** (их задачей является моделирование поведения после

прочтения), а различные описательные тексты (тематические статьи о **сегодняшнем дне**) по идее должны быть ориентированы больше **внутри, в центре** (пространственный **перекос** продемонстрирует истинный **фокус внимания** автора - в прошлое или будущее).

Движение

Структуризации **движения** посвящено гораздо меньше лексем (около 4% структурных слов) и 55% из них посвящены движению **от**, движению **к** - 44%, около 1% описывают движение **не знаю куда**. В психологическом смысле различия **положительно сформулированной цели, движения к...** (мотивы **достижения успеха, надежда на общение, стремление к власти** и аналогичные конструкты) и негативной мотивации (мотивы **избегания неудачи, страха отвержения, избегания влияния** и аналогичные) описаны уже довольно давно: для достижения результатов необходимо четко формулировать то, что вы хотите получить (движение **к**), а те, кто формулирует негативно (**я не хочу, что...**, движение **от**) чаще всего являются социально неуспешными.

Сравнение и логические операции

Объекты, находящиеся в пространстве, подлежат **сортировке** (31% словоупотребления служебных слов, 112 лексем) через сравнение и идентификации **подобный - отличный - общность** (треть словоупотребления **сортировки**, 70 лексем) и последующими операциями с ним **объединение (и) - сочетания (или) - исключения (нет) - объединения на условиях (но)** (67% словоупотребления **сортировки**, 42 лексем).

Служебные слова, характеризующие **общность** (соответствующие мета-модели **то же самое**), в основном выражены **универсальными количественными** (78%: **всяческий, многие, ничто** и т.д.), что является классическим примером генерализации, приводящей к значительному искажению информации. Вторая значительная группа, описывающая **общность** посвящена организации **внутри** (16%: **уже, всего, целый**), а самую маловыраженную группу составляют слова, демонстрирующие **часть общности** (6%: **последний, отдельный, следующий**). Близки к ним лексем, описывающие **подобие** (19 лексем, 9% словоупотребления: **наравне, например** и т.д.)

Отличие структурирует прежде всего по размеру **больше** (36%) - **меньше** (8%), констатацией отличия (**иной** - 29%), компаратерами (сравнение с умолчанием, 7%) и группой вопросительных числительных и местоимений (21%).

Большинство операций с объектами принадлежит к их объединению (**и**, 48%) или объединению с исключением (**но**, 22%). Значительная часть (28%) описывает операции исключения (нет) и совсем небольшая (2%) - операции сочетания (или).

Использование тех или иных моделей сравнения демонстрирует характер и последовательность мыслительной деятельности. Модели сравнения являются очень сильными субъективными (не осознаваемыми) фильтрами восприятия: конкретный человек (группа людей) с определенной группой объектов обычно

практикует только одну какую-то модель сравнения. Попытка использования в коммуникации другой модели чаще всего приводит к отказу от операции (в качестве сравнения можно привести пример использования соусов различными людьми - кто-то предпочитает поливать им еду, а кто-то - макать еду в соус; попытка навязать другую форму использования соуса столкнется с негодованием и гневом человека).

Организация событий

Операции с объектами и их последствия могут быть контролируемы и/или понятны (интернальность, 0,47%, сам, по-моему) или нет (экстернальность, 0,43%, по-твоему, ну), а также атрибутироваться в понятиях причинно-следственных связей (86 лексем, 10% словоупотребления). Событие может быть вызвано определенными **причинами** (26,5%: ради, для, если) и само вызывать определенные **следствия** (17,9%: значит, притом, причем), вызывать или непонимание (**экстернальность**, 11,4%: авось, будто) или расцениваться как **нарушение** естественного хода вещей (6,3%: вопреки, исключительно, случайно).

Различия между людьми в причинно-следственных связях носят весьма выраженный характер и являются устойчивой характеристикой. В качестве примера можно привести различие между людьми, которые считают, что **для того, чтобы хорошо работать, должны много платить** и теми, кто уверен, что **много платить должны только за хорошую работу**. Согласование причинно-следственных связей (и доминирование той или иной модели в принципе) является важной характеристикой эффективной коммуникации.

Информация

Обработке информации о объектах посвящено 45 лексем, дающих около 8,5% словоупотребления служебных слов. Более трети словоупотребления дают **вопросительные** (38%: что, чей) слова, еще 28% предназначены для **уточнения (конкретизация)** получаемой информации (так, именно, о, словом) и 27% **утверждению** передаваемой (вот, лишь, мол). Около 7% словоупотребления дают **неконкретные местоимения** (кое-какой, кое-чей и т.д.).

Если уточняющие лексемы являются чаще всего **фигурами речи**, демонстрирующими благорасположенность коммуникатора, то **неконкретные** лексемы являются маркерами искажения информации.

К группе категорий информации относятся также следующие три. Их легче объяснить посредством примеров в ходящих в них слов.

Преувеличение: абсолютный, безгранично, многое, навек, некуда, нельзя, немедленно, поголовный, пожизненный, полностью, понужденный, срочно, тотальный, тотчас, чрезвычайно, экстренно...

Преуменьшение: бывало, вероятно, еле-еле, изредка, иногда, некто, немного, потихоньку, почему-то, случаться, смочь, смутный, частично...

Отрицание: небольшой, небывалый, недовольство, недолго, немыслимо, непреклонный, непременно, несправедливый, нетрезвый, нету, неясный, ни, нигде, никак...

Центр внимания

Эта группа категорий состоит из:

Я + Мы + все падежные формы.

Ты + Вы + все падежные формы.

Он + Она + Оно + Они + все падежные формы.