"ПРАВО ЗНАТЬ: история, теория, практика"
N 3 (27) март 1999 г.

КРАСИВА ЛИ ЖЕНА СОСЕДА, ИЛИ ЗАЧЕМ НУЖЕН АНАЛИЗ МАТЕРИАЛОВ СМИ

Общеизвестно: кандидаты на выборные должности и их сторонники почти всегда считают, что программы новостей и публикации в газетах выражают сочувствие их соперникам, подобно тому, как футбольные болельщики уверены, что судья подсуживает в пользу противника, а вы уверены, что у соседа жена красивее. Эта субъективность неизбежна, причем чем ближе выборы, тем больше политических деятелей заявляют о предвзятости СМИ. Правы они в этом или нет? Если использовать в качестве инструмента оценки только собственное восприятие — то безусловно да. Да и существуют ли объективные методы оценки? Да, существуют.

Аналитический центр Института гуманитарных коммуникаций "Конхэ" сообщает об успешном внедрении комплексной методики анализа текста, использующей последние достижения компьютерных технологий. Эта комплексная методика включает в себя такие методы, как контент-анализ, тематический анализ (построение нейросемантических сетей), фоносемантический анализ. Данная методика, применяемая к политическим текстам СМИ, дает удивительные результаты, в чем вы убедитесь, прочитав еженедельный анализ Центра "Конхэ". ("АЦК-неделя" — только один из продуктов АЦ ИГК "Конхэ".)

Контент-анализ

Сущность контент-анализа заключается в подсчете того, как представлены в некотором информационном массиве интересующие исследователя смысловые единицы.

В нашем случае информационный массив — тексты политической направленности, публикуемые в ежедневных и еженедельных изданиях. Смысловые единицы — упоминания той или иной персоны (под персоной мы понимаем здесь политического деятеля, бизнесмена, общественное движение, организацию и т.д.). Способы представления смысловых единиц — знак информации ("положительное", "отрицательное", "сбалансированное", "нейтральное" отношение). Единицы счета —объем материала в знаках.

Данные контент-анализа, представленные "АЦК-неделя", позволяют:

- выявить политическую ориентацию того или иного средства массовой информации;

- отследить начало и окончание информационных кампаний;

- определить стратегии и каналы трансляции данной информационной кампании;

- оценить отношение средств массовой информации к той или иной персоне;

- прогнозировать поведение СМИ.

Тематический анализ материалов СМИ

Тематический анализ текстов СМИ осуществляется за счет так называемого "выявления подразумеваемого" или "экспликации имплицитного знания". Для выполнения такой задачи "сделать тайное явным" проводится анализ семантической

структуры текста. Данный метод включает:

- прикладной морфологический анализ текстов;

- выделение имен и именных словосочетаний;

- выделение семантических связей между именными группами;

- интерпретацию семантических связей в виде иерархической структуры тем.

Понимание текста на семантическом уровне предполагает выявление не только лингвистических, но и логических отношений между языковыми объектами. Среди подходов к пониманию текста на семантическом уровне следует выделить модели типа "смысл — текст". В рамках таких моделей предлагается семантическое представление на основе семантического графа и описания коммуникативной структуры текста. Основные темы определяются на основе процедур интерпретации текста. Анализ главных тем, представленных в текстах СМИ, позволяет определить ключевые темы заинтересовавшего Вас издания, скрытые в общем массиве текста и по этой причине неосознаваемые (но воспринимаемые!) читателем.

Данные тематического анализа, представленные "АЦК-неделя", позволяют:

- выявить ассоциации с образом политика, характерные для того или иного СМИ;

- выяснить, какие убеждения транслируются на ту или иную аудиторию;

- вычислить реальную целевую аудиторию канала.

Фоносемантический анализ

Естественный язык — одно из сильнейших средств воздействия на людей. Для эффективного воздействия на большие массы людей важны не только и не столько логичность и аргументированность текста, а скорее эмоциональное воздействие на слушателя или читателя — через формирование эмоционального отношения к сказанному можно быстрее всего добиться его приятия или неприятия. При этом наиболее важны неявные каналы воздействия, неконтролируемые сознанием. Вся информация, поступающая по ним, воспринимается без критической оценки. Существуют методики, позволяющие прогнозировать эффективность информационного воздействия.

В нашем продукте мы предлагаем такие характеристики, как сила воздействия, уровень агрессивности и ее направленность.

Силы воздействия материалов СМИ на массовую аудиторию определяется с учетом нагрузки на основные сенсорные каналы восприятия информации и трех коэффициентов архетипичности.

Нагрузка основныхсенсорных каналов восприятия информации

Выделяют следующие основные каналы восприятия: зрительный, слуховой, чувственный. В чувственном канале восприятия объединяют мышечную и кожную чувствительность, обоняние и вкусовые ощущения. Выделяется также рациональный канал восприятия. Под этим понимается апелляция к логике, рациональному мышлению человека.

Большинство людей способно воспринимать информацию, приходящую по разным каналам. Однако один из них является более специализированным — основным. Если

нагрузка на тот или иной канал восприятия слабая, люди, у которых этот канал является основным, очень плохо воспримут содержание данного текста. Они поймут все слова в тексте, но соотнести сказанное в нем со своим собственным опытом им будет затруднительно.

Основные каналы чувственного восприятия определяются на основе контент-анализа употребляемой в тексте лексики. Наиболее суггестивным считается текст, который сильно воздействует на все каналы восприятия.

Фонетический коэффициент архетипичности

Фонетический коэффициент архетипичности определяется через отношение числа низких звуков в тексте к высоким. Низкие звуки связаны с более древними пластами человеческой психики, нежели высокие, поэтому чем больше значение данного коэффициента, тем сильнее воздействие.

Ритмический коэффициент архетипичности

Ритмический коэффициент представляет среднюю длину слова в слогах в анализируемом тексте. Средняя длина слова в слогах обратно пропорциональна ритмичности высказывания. Чем более ритмичен текст, тем с большей эффективностью он воздействует на подсознание читателя.

Лексический коэффициент архетипичности

Лексический коэффициент архетипичности позволяет оценить, насколько сильно обращение к архетипически значимым понятиям в анализируемом тесте. Ведь разные понятия имеют для человека разную значимость. Очевидно, что понятия мать, отец, дом, хлеб, вода, смерть 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.

Оценка степени агрессивность автора текста и ее направленности

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

Направленность агрессии автора текста определяется отсутствием или наличием связи в употреблении личных местоимений и агрессивных терминов. Абсолютная величина числа говорит о вероятности наличия связи между двумя категориями. Отрицательные значения будут соответствовать диссоциативной связи в употреблении агрессивных терминов и местоимений, а положительные — ассоциативной.

Данные контент-анализа, представленные "АЦК-неделя", позволяют:

- определить силу воздействия текстов и изданий;

- оценить уровень агрессивности СМИ;

- выявить направленность агрессии на себя ("я"), свою референтную группу ("мы"), аудиторию ("ты") либо стороннее лицо или явление ("они").

Таким образом, предлагаемый продукт "АЦК-неделя", позволяет определить:

- симпатии и антипатии авторов и изданий;

- значимые темы и связанные с ними понятия;

- ассоциации с интересующей персоной;

- силу воздействия текстов и изданий;

- уровень и направленность агрессивности текстов и изданий — и все это в сравнении по изданиям и по времени — держит Вас в курсе смысла событий.

Дополнительные услуги Аналитического центра ИГК "Конхэ".

Оценка эмоционального воздействия текста (массива текстов) на массовую аудиторию

В данной методике эмоциональное воздействие фонетики слова и текста на подсознание человека замеряется с помощью 24 шкал, представленных парами антонимичных прилагательных русского языка: хороший — плохой, безопасный — страшный, сильный — слабый, величественный — низменный, активный — пассивный и др.

Данный анализ позволяет с высокой долей вероятности определить неосознаваемую эмоциональную реакцию читателя на усваиваемый им текст, а следовательно и оценку того или иного явления.

Подготовка текстов с заданными характеристиками воздействия

Задача, обратная предыдущей. Решается с помощью того же инструмента.

Выявление убеждений персоны

Тематический анализ корпуса текстов, автором которых является заданная персона, позволяет выявить убеждения автора.

Сравнительный анализ заявлений лидера и программы его партии

Комплексный анализ по всем перечисленным методикам с выявлением различий может дать очень показательные результаты.

Сравнительный анализ интенций текста и характеристик канала (степень попадания в целевую аудиторию)

Комплексный анализ по всем перечисленным методикам с выявлением различий может дать очень показательные результаты.

Составление портрета и моделей поведения заданной персоны

Среднесрочные прогнозы развития событий по заданной тематике и др.

Игорь ЦЫКУНОВ, Максим КУЗНЕЦОВ