

**ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ
ПРОВЕРКА ВОСПРИЯТИЯ
ПОЛИТИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

Екатерина Репина (Москва)

Любое воздействие текста опосредовано психологическими процессами восприятия, понимания и принятия решения (Леонтьев, 2006 : 216). «Психология исходит из единства внешнего и внутреннего, т.е. из единства субъективного и объективного в любом психическом явлении. Определяющим в этом единстве признается объективное, т.е. характеристики, полученные объективными методами исследования. Однако это не означает, что субъективные данные о чувствах и переживаниях субъекта не имеют научной ценности» (Цит. по Прохоров, 2004 : 7).

Насыщенный в эмоциональном плане текст может не обладать внушающим воздействием, в то время как иногда «сухие» фразы способны оказать значительный внушающий эффект» (Скуленко, 1986 : 122). Многие тексты содержат в себе широкий вариативный потенциал возможностей его восприятия, толкования, реагирования на него и т.д., однако редко когда можно утверждать, что сам текст предопределяет определенное воздействие на людей (Леонтьев, 2006 : 217).

Таким образом, экспертиза текстовой деятельности будет неполной без экспериментальной проверки того, как текст воспринимается читателями. Эксперимент позволяет проверить гипотезы исследователей и получить новые данные в отношении речевого материала.

Мы провели психолингвистический эксперимент, целью которого было выявление наличия, а также степени и качества эмоционального воздействия политического текста на получателя информации (Репина, 2012, 2014). Объект исследования – российские политические тексты агитационной направленности. Для эксперимента было отобрано 35 текстов (общим объемом 30000 знаков, средний объем текста составил 800 знаков). Параллельный лингвистический (лексико-семантический, синтаксический и стилистический) анализ текстов, проведенный как «вручную», так и с помощью экспертной системы ВААЛ, позволил обнаружить заданные автором текстовые структуры, направляющие эмоциональную реакцию индивида при восприятии текста. Статистическая обработка данных лингвистического анализа проводилась по методу критерия Стьюдента. В эксперименте участвовало 50 человек. В результате нами

**EXPERIMENTAL VERIFICATION
OF THE PERCEPTION
OF POLITICAL TEXT**

Ekaterina Repina (Moscow)

Any impact of the text is mediated by psychological processes of perception, understanding and decision making (Leontiev, 2006 : 216). «Psychology bases on the unity of external and internal, the unity of objective and subjective in any mental phenomenon. The objective data – that is the parameters obtained by the objective research methods – is recognized as a determining factor in this unity. However, it does not mean that subjective data about feelings and experiences of a person does not have any scientific value» (Cit. according to Prokhorov, 2004 : 7).

The emotionally reach text can't have any inspiring impact, while sometimes «dry» phrases can have a significant encouraging effect (Skulenko, 1986 : 122). Many texts contain a wide variable potential of possibilities of its perception, interpretation, response, etc., but it can be rarely argued that the text itself determines a certain effect on people (Leontiev, 2006 : 217).

Thus, the text review would be incomplete without the experimental verification of how the text is perceived by readers. The experiment allows testing researchers' hypotheses in order to obtain new data in relation to the speech material.

We conducted a psycholinguistic experiment which was aimed at identifying the availability, as well as the extent and the quality of the emotional impact of the political text on the recipient (Repina, 2012, 2014). The used experimental material was represented by political agitation-oriented texts. 35 texts in total were selected for the experiment (a total volume of 30000 characters, the average text size is of 800 characters). The linguistic analysis (the analysis of vocabulary, syntax and style) was conducted in parallel with the experiment both «manually» and using the VAAL psycholinguistic expert system. Such analysis allowed us to detect text structures, specified by the author, which guided the emotional response of an individual during text perception. Statistical processing of the linguostylistic analysis data was implemented using Student criteria methods. The experiment comprised in total 50 recipients. As a result, we identified and described three types of political agitation text based on the nature of its emotional impact upon the reader (Repina, 2012, 2014).

In the first stage of the experiment we carried out a psychological testing of the recipients with the help of Spielberg-Khanin self-estimation diagnostics

были выделены типы политических текстов по критерию специфики их эмоционального воздействия на реципиентов – «агрессивный», «эпатажный», «энергичный» (Репина, 2012, 2014).

На первом этапе эксперимента было проведено психологическое тестирование испытуемых с помощью методики диагностики самооценки Спилберга, Ханина. Цель такого тестирования – выявить зависимость характеристик восприятия текстов от личностных особенностей испытуемых, а также от их психического состояния в момент этого восприятия.

На втором этапе испытуемые оценивали 35 политических текстов с помощью метода семантического дифференциала (Osgood, 1966). Оценочные шкалы были созданы путём отбора неравновесных психических состояний, предложенных А.О. Прохоровым (Прохоров, 1994).

Реципиенты оценивали тексты по 28 семизначным шкалам, представляющим собой описание 28 неравновесных психических состояний, и отвечали на вопрос, какие из предложенных состояний вызывают у них экспериментальные тексты. Каждая шкала имела размерность в баллах от 0 до 6. «6 баллов» испытуемые ставили, если текст вызывал эмоциональное состояние в максимальной степени. «0 баллов» – если текст совсем не вызывал данного эмоционального состояния. Для промежуточной оценки испытуемые использовали баллы «1», «2», «3», «4», «5», где: «1 балл» – текст почти не вызывает данного эмоционального состояния, «2» – вызывает эмоцию в слабой степени, «3» – вызывает данную эмоцию, «4» – вызывает эмоциональное состояние в сильной степени, «5» – вызывает эмоцию в очень сильной степени.

На третьем этапе эксперимента мы оценили динамику состояния тревоги испытуемых. Основным методом здесь служил укороченный вариант шкалы самооценки Спилберга, Ханина для оценки динамики состояния тревожности. Оказалось, что после прочтения текстов у 44 испытуемых из 50 тревожность повысилась. Это позволило сделать вывод, что политические тексты обладают способностью оказывать эмоциональное воздействие на реципиента.

На последнем этапе было построено семантическое пространство 35 текстов в рамках 28 шкал. Использовался метод построения субъективных семантических пространств В.Ф. Петренко (Петренко, 1982, 1983). Графическое представление экспериментальных текстов с использованием факторного анализа дало возможность выделить факторы, по

method. The purpose of such testing is to identify the dependence of the properties of text perception on personal traits of recipients, as well as on their mental state at the time of such perception.

In the second stage of the experiment the recipients estimated 35 political texts using the method of semantic differential (Osgood, 1966). Evaluation scale was created by a selection of nonequilibrium mental states, proposed by A.O. Prokhorov (Prokhorov, 1994).

The recipients estimated the texts using 28 scales, which constituted a description of 28 non-equilibrium mental states, as well as answered the question: which of the proposed states the experimental texts evoked. Each scale graduated from 0 to 6. The respondents gave «6 points» if the text evoked an emotional state to a maximum degree, and «0 points» if the text failed to evoke a certain emotional state. For intermediate estimations the points 1 through 5 were used, where «1» indicated that the text almost fails to evoke a relevant emotional state, «2» that the text evokes it only slightly, «3» that the text evokes this emotional state, «4» that the text evokes it to a strong degree, and «5» that the text evokes it to a very strong degree.

In the third stage of the experiment we evaluated the dynamics of anxiety state of the recipients. The basic method used here was a shortened version of Spielberg-Khanin self-estimation diagnostics method for anxiety dynamics assessment. As a result, after reading the texts 44 of 50 recipients got their state of anxiety increased. This allowed us to conclude that political texts of agitation nature have an objective ability to provide emotional impact on a recipient.

In the last stage of the experiment we built a semantic space of 35 experimental texts within 28 scales. Here we used a method of constructing subjective semantic spaces suggested by V.F. Petrenko (Petrenko, 1982, 1983). Graphical representation of the experimental texts with the use of factor analysis made it possible to identify the factors on which the same texts had the most obvious and approximately the same marks on the coordinate vectors. For example, on the first, the third and the fifth positive factors the greatest weight there have the texts that we included to a group called «aggressive» texts (based on the semantic content of the scales making up these factors). On the third and the fourth positive factors the most weight there have the texts that were included into a group called «outrageous» texts. On the second positive and the third negative factors the most weight there have the texts included into a group called «energetic» texts.

The experiment showed that the political text of agitation nature objectively can make emotional impact on a person. A comparative study of the experimental data with the linguistic analysis data

которым одни и те же тексты имеют наиболее явные и приблизительно одинаковые отметки на координатных векторах. В частности, по 1, 3 и 5 положительным факторам наибольший вес имеют тексты, которые мы объединили (исходя из семантического содержания шкал, составляющих эти факторы) в группу под названием «агрессивные». По 3 и 4 положительным факторам наибольший вес имеют тексты, которые были объединены в группу под названием «эпатажные». По 2 положительному и 3 отрицательному факторам больший вес имеют тексты, объединенные в группу под названием «энергичные».

Эксперимент показал, что политический текст агитационного характера способен оказывать эмоциональное воздействие на человека. Сопоставление данных эксперимента с данными лингвистического анализа позволили выявить корреляции между целями продуцентов текстов и характером их восприятия. Как писал Н.А. Рубакин, «работа самого искреннего пропагандиста и агитатора может приводить к результату, прямо противоположному тому, какой от него ожидают» (Рубакин, 2006 : 770). Мы планируем продолжить экспериментальное исследование эмоционального воздействия политических текстов на читателя.

allowed us to identify the correlation between the goals of the texts producers and the nature of texts perception by the recipients. As N.A. Rubakin wrote, «the work of a sincere propagandist and agitator may lead to a result directly opposite to what is expected of him» (Rubakin, 2006 : 770). We plan to continue experimental study the problem of political texts emotional impact on the reader.