

Министерство образования и науки Российской Федерации
Курганский государственный университет
Кафедра прикладной психологии

МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ В ПСИХОЛИНГВИСТИКЕ

Методические рекомендации
для практических занятий и самостоятельной работы
студентов специальностей - 050715 «Логопедия» и –
050714 «Олигофренопедагогика»

Курган 2005

Кафедра

«Прикладная психология»

Дисциплина

«Психолингвистика»
(специальности 050715 «Логопедия»,
050714 «Олигофренопедагогика»)

Составил

канд. психол. наук,
доцент Достовалов С.Г.

Утверждены на заседании кафедры

« 28 » января 2005 г.

Рекомендованы методическим советом университета

« » _____ 2005 г.

Введение

Являясь одной из наиболее ярко выраженных характеристик личности, речь в различных ее формах всегда отражает психологические особенности говорящего. Изучая речевые проявления, можно получить информацию об особенностях мышления конкретной личности, ее социо-культурной принадлежности, проявлениях эмоциональных состояний и т.д. Применяя исследовательские методы в сфере речевых проявлений личности, специалист, работающий в данной области, может получить необходимые сведения о личностных особенностях индивида для выбора наиболее эффективных методов коррекции интеллектуальных и речевых отклонений различного базиса формирования. Овладение практическими навыками изучения речевых особенностей личности является необходимым условием подготовки высококвалифицированного специалиста по специальностям «Логопедия» и «Олигофренопедагогика» в силу специфики организации коррекционной работы по данным направлениям. Представленные методические рекомендации позволяют выстроить процесс проведения практических занятий и самостоятельной подготовки по дисциплине «Психолингвистика» в плане приобретения навыков практической исследовательской работы наиболее эффективным образом.

1. МЕТОДЫ ПСИХОЛИНГВИСТИКИ

Как психологическая наука психолингвистика использует методы психологии и, в то же время, выработала свои собственные методы. Речь идет, прежде всего, об экспериментальных методах, т.е. организации целенаправленного наблюдения, когда по плану исследователя (экспериментатора) частично изменяется ситуация, в которой находятся участники эксперимента (испытуемые). Однако наряду с ними в психолингвистике используется наблюдение, в том числе самонаблюдение (интроспекция), разного рода формирующие методы (особенно в исследовании овладения родным и неродным языком), метод лингвистического эксперимента («унаследованный» психолингвистикой от лингвистики) и т.д.

Любой психологический, в том числе психолингвистический эксперимент, направлен на то, чтобы поставить испытуемого в ситуацию управляемого выбора и принятия решения (хотя выбор и решение могут быть как осознанными, так и неосознанными). Иными словами, в эксперименте мы оставляем константными (неизменными) все факторы, потенциально влияющие на выбор и решение в данной ситуации, кроме того единственного фактора, который и является предметом нашего исследования. Этому фактору мы придаем различные значения и фиксируем, как это влияет на получаемый в эксперименте результат.

Применительно к сфере психолингвистических экспериментов фиксируются два основных метода изучения языковых и речевых феноменов: прямой и косвенный. С помощью прямого метода испытуемый дает осознанные ответы по поводу самых важных существенных признаков различных языковых знаков.

Например, в «Словарном субтесте» Векслера испытуемые должны последовательно определять значения различных слов, от более простых и конкретных («фабрика», «завтрак», «пещера») до более сложных и абстрактных («стойкость», «периметр», «тирада», «пародия»). Ответ, содержащий необходимый набор признаков, оценивается высшим баллом — 2, менее точные ответы — более низким баллом — 1, случайные и субъективные признаки оцениваются нулевыми показателями. Например, ответы на слово «завтрак» распределяются следующим образом: утренний прием пищи, утренняя еда — 2, еда, что-то едят — 1, кофе, бутерброд — 0 баллов. Подсчитывается общая сумма баллов по всему субтесту, на основании которой экспериментатор делает выводы о соответствии индивидуальных данных групповым нормам.

Другим примером использования прямых методов в психолингвистике являются методики семантического шкалирования. Имеется в виду экспериментальная ситуация, при которой испытуемый должен разместить тестируемый объект (например, слово) на градуированной шкале, задаваемой антонимичными прилагательными типа «горячий-холодный», «легкий-тяжелый» и т.д., в соответствии со своей субъективной оценкой значения этого слова. Классическая и наиболее разработанная методика этого рода - «семантический дифференциал» Ч. Осгуда. Другой вариант - «семантический интеграл» В. И. Батова и Ю. А. Сорокина, где тестируемым материалом являются целые тексты, а задачей является их атрибуция тому или иному автору.

К прямым методам относятся также различные задания аналитического типа: найти в предложении главные члены, перевести предложение из одной языковой системы в другую, ответить на вопросы, задать вопросы, обобщить содержание текста в одном предложении.

Применение прямых экспериментальных методов во многих психологических и психолингвистических методиках через осуществление испытуемым того или иного выбора и принятие им решения зависит от его сознательной рефлексии над экспериментальной ситуацией, опосредованной его сознанием. Так, большая часть методик, используемых в личностных тестах-опросниках (ММРІ, методика Кэттелла и другие), предполагает именно сознательный выбор из множества возможных ответов (даваемого в виде закрытого списка или подразумеваемого). Это вносит в эксперимент неопределенность, которой, в принципе, следовало бы избегать. В этом смысле гораздо более эффективны проективные методики, где рефлексия сведена к минимуму (однако интерпретация их результатов значительно более сложна). Идеальны в этом отношении методики, где объективно осуществляемый испытуемым выбор не является для него *субъективно* выбором, т.е. он принимает как бы единственно возможное решение: например, в методике А.А. Брудного с «собранием» разрезанного на куски текста испытуемый убежден, что текст можно собрать одним-единственным образом, и выбор этого «единственного» пути как раз и несет необходимую информацию о личности испытуемого. С подобной же целью

возможно и применение метода семантического дифференциала, который, в данном случае, приобретает черты косвенных, не в полной мере осознаваемых методов исследования. В связи с этим по мнению ряда исследователей (И.М. Лушихина, В.К. Гайда, В.В. Лоскутов) метод семантического дифференциала относится к группе косвенных методов психолингвистического исследования.

Косвенные методы, в отличие от прямых, не требуют или в гораздо меньшей степени требуют осознанных реакций. При использовании косвенных методик наиболее часто используемым параметром является латентное время (например, время реакции на тот или иной речевой стимул). Другими параметрами могут быть: количество или характер ошибок (т.е. правильность); переключение внимания; паузы и задержки при производстве высказываний; объем и прочность запоминания и др.

Среди косвенных методов выделяются группы психофизиологических, ассоциативных и игровых методов.

Психофизиологические методы основываются на соотнесении первосигнальных и второсигнальных реакций, например, на регистрации работы слюнных желез в ответ на предъявляемые слова-стимулы типа «лимон», «клюква», «клубника». Совпадение реакций указывает на адекватное понимание семантических стимулов, отсутствие реакций или их появление на словесные стимулы типа «лиман», «клюка» указывает на искаженное представление о признаках слов.

Ассоциативные методики в психолингвистике являются достаточно распространенными методами исследования. Ассоциативные методы в экспериментальной психологии зарекомендовали себя достаточно прочно еще с конца XIX в. Они показывают не столько семантические характеристики отдельных слов-стимулов, сколько наличие определенных связей между группами стимулов. Испытуемый, достаточно хорошо знающий систему языковых связей и взаимозависимостей, в условиях ассоциативного эксперимента подтверждает это. Статистически обработанные результаты массового эксперимента на свободные вербальные (словесные) ассоциации, проведенного на определенном контингенте испытуемых, называются ассоциативными нормами. Наиболее полным словарем ассоциативных норм русского языка является «Русский ассоциативный словарь» (1994 г. и 1996 г.). В Московской психолингвистической школе была разработана принципиально новая методика, где стимулом может являться не только нейтральная словоформа (существительное в именительном падеже единственного числа, неопределенная форма глагола), как это принято в ассоциативных экспериментах, а любая словоформа. Это позволяет получить информацию и о лексиконе, и о «психолингвистической грамматике».

Игровые методы в психолингвистике позволяют диагностировать речевые особенности личности в искусственно созданных ситуациях, связанных с принятием определенной роли, проявляющейся в изменении интонационного

рисунка речи, ее словарного состава и т.д.

Применение только прямых либо только косвенных методов исследования в психолингвистике обычно дает одномерную картину явления, не отражая всей его полноты. Поэтому большинство специалистов в области психолингвистики (А.А. Леонтьев, Л.В. Сахарный и др.) отмечают, что для повышения эвристической значимости психолингвистических экспериментов целесообразно «...использовать разные экспериментальные методики и затем сопоставлять полученные данные» (Сахарный, 1989, с.89). В психолингвистике есть многочисленные примеры использования такой, как говорят, «батареи» методик: например, ассоциативный эксперимент по методике К. Нобла плюс эксперимент по методике семантического дифференциала или сопоставление оценок смысловой близости и данных, полученных по методике семантического дифференциала.

Помимо более или менее четко определяемых прямых и косвенных методов психолингвистики выделяют еще несколько методов, отнесение которых к какой-либо категории затруднено в силу узости или специфичности предметной области исследования. К особым методам психолингвистического исследования, применяемым в особо оговоренных условиях, могут быть отнесены лингвистический эксперимент и контент-анализ.

Основы теории лингвистического эксперимента заложены в 1931 г. Л. В. Щербой. Он выделил два вида такого эксперимента — положительный и отрицательный. При положительном эксперименте, сделав какое-либо предположение о смысле того или иного слова, той или иной формы, о том или ином правиле словообразования или формообразования и т.п., следует попробовать, можно ли сказать ряд разнообразных фраз, применяя это правило. Утвердительный результат докажет правильность постулата. При отрицательном эксперименте строится неправильное высказывание, и испытуемый (информант) должен найти ошибку и внести нужные исправления. Наконец, возможен (не выделенный Л. В. Щербой) третий вид лингвистического эксперимента - альтернативный эксперимент, заключающийся в том, что испытуемый определяет тождество или нетождество предлагаемых отрезков.

Из сказанного видно, что лингвистический эксперимент, если дать самое общее его определение, — это эксперимент, эксплицирующий языковое чутье испытуемого (носителя языка) для целей верификации языковых моделей (моделей языкового стандарта) или функционально-речевых моделей, представляющих собой частный случай языковых. В последнем случае перед испытуемым стоит задача констатировать возможность или невозможность сказать не что-либо вообще, а в определенном стилистическом и нормативном контексте. Иными словами, ставится вопрос не «можно ли», а «правильно ли» и «хорошо ли».

Следовательно, граница между психолингвистическим и лингвистическим экспериментом определяется тем, какая именно модель верифицируется в данном

эксперименте. Если это языковая модель (модель языкового стандарта), то мы имеем дело с лингвистическим экспериментом, но он может служить и для верификации функционально-речевых моделей. Если же мы верифицируем модель языковой способности или модель речевой деятельности, то в этом случае эксперимент является психолингвистическим.

Контент-анализ активно используется для решения задач анализа коммуникации в области государственных и бизнес-структур. Его формулой становится перевод вербальной информации в более объективную невербальную форму. Поэтому все определения контент-анализа подчеркивают его объективный характер. В качестве примера можно привести такие формулировки:

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

Для более полной характеристики метода необходимо добавить следующее. Во-первых, все данные статистики вербального материала используются для формулирования выводов о невербальных аспектах, например, о тех или иных характеристиках адресата и адресанта. Поэтому текстовый материал здесь представляется промежуточным объектом. И во-вторых, само по себе выяснение частоты употребления, например, писателем X такого-то слова с такой-то частотой, не является контент-анализом. Контент-анализ — это всегда сопоставление двух потоков. Например, сопоставление двух газет как двух вербальных потоков. Возможно также сопоставление невербального и вербального потоков: данных о рождаемости и информации о детях-героях в литературных журналах. Интерес представляет исследование данного вербального потока и нормы: частота употребления определенного слова в произведениях писателя и стандартная частота употребления этого же слова в языке того времени. Приведем некоторые примеры возможных задач: один источник исследуется в разное время (например, газета «Правда» с 1975 по 1995 г.), один источник при выходе на разные аудитории (одна реклама в разных изданиях). Можно сравнить несколько источников, чтобы определить, чем различаются коммуникаторы: сравнить нормального человека и самоубийцу, или выступления разных кандидатов в депутаты, или разных президентов. Мы можем сравнивать разные источники, не только вербальные: например, биографические данные писателя и его романы, результаты воздействия какого-либо события, поведение до и после получения сообщения (например, экранизация на телевидении и последующее увеличение спроса на книгу в библиотеках или книжных магазинах). Нас может заинтересовать количество разных слов, которые употребляет в своей речи человек в массивах в 100, 200, 500 и 1000 слов. У шизофреников это количество намного меньше. Они говорят обо всем в негативном тоне, сориентированы на прошлое, очень много рассказывают о себе.

Если взять, например, такую характеристику, как количество прилагательных на 100 глаголов, то у нормального человека их будет больше, чем у шизофреника.

Контент-анализ используется в следующих областях: изучение социальных оценок тех или иных событий, анализ пропаганды, методов журналистики, изучение арсенала средств массовой коммуникации, психологические, психоаналитические исследования. Этот диапазон охватывает, по подсчетам исследователей, 60% всех работ. Американский психолог Р. Тернер к числу преимуществ контент-анализа относит такие характеристики:

- это ненавязчивый метод (нет взаимодействия с фоном исследования, который мог бы исказить результаты);

- это косвенный метод (выводы вытекают из того, что непосредственно не наблюдается);

- он дает представление об объектах, которые исследователь непосредственно не наблюдает (к примеру, тенденции вражеской пропаганды или понимание культур и социальных структур прошлого).

Подводя итог, следует отметить, что становление и развитие экспериментальных методов в психолингвистике не является завершенным процессом. Меняются сами методы и области их применения, разрабатываются новые способы исследования и совершенствуются уже существующие, идет активное заимствование методов исследования из психологии, лингвистики и смежных наук. Указанные процессы стимулируют развитие науки, повышают объективность и достоверность сведений, получаемых в ходе практического изучения столь сложных явлений, как речевые и языковые феномены. Представленные во второй части методических рекомендаций методы прикладных исследований в психолингвистике позволят приобрести необходимый опыт экспериментального изучения феноменов речи и языка непосредственно в практической деятельности.

2. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ И РЕЧЕВЫХ ЯВЛЕНИЙ

2.1. Прямые методы исследования

2.1.1. ОЦЕНКА УСВОЕНИЯ ТЕКСТОВОЙ ИНФОРМАЦИИ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДИКИ ДОПОЛНЕНИЯ

Объективная оценка текстовой информации строится на психолого-педагогических основаниях, связанных с особенностями протекания когнитивных процессов при чтении. Например, по контрольным вопросам можно получить сведения об общей понятности текста, о его запоминаемости, о тех фрагментах текста, которые привлекают наибольшее внимание, и о тех, которые не запоминаются, не понимаются, вызывают трудности при интерпретации. Обычно эта оценка представлена или в процентных показателях (например, понимаемость текста в 70% будет свидетельствовать о достаточно высоких, но не самых лучших

показателях), или в баллах, похожих на традиционные школьные оценки, где показатель в 5 баллов соответствует отличным результатам, 4 балла – хорошим, 3 балла — удовлетворительным, 2 балла — неудовлетворительным.

Среди объективных показателей трудностей самого текста, а также его понимания, выделяется показатель правильного заполнения пропусков в тексте, называемый показателем дополнения. Сущность этого показателя состоит в том, что испытуемые читают текст с пропущенными словами (перфорированный текст), где пропускается каждое 5-е, или 7-е, или 10-е слово. Задача испытуемого состоит в правильном заполнении пропусков подходящими по смыслу словами. Чем выше правильность заполнения, тем понятнее текст для испытуемого и тем больше доказательств, что этот текст относится к разряду не очень сложных.

Порядок проведения эксперимента. Экспериментатор раздает образцы текстов с пропущенными словами в последовательности 1-5, т.е. пропущено каждое 5-е слово. Испытуемые заполняют пропуски и после проверки правильности заполнения подсчитывают процентный показатель правильности. Выводы носят двоякий характер. С одной стороны, испытуемые оценивают собственные показатели интеллектуальной деятельности, с другой — показатели трудности читаемого текста. Целесообразно провести этот эксперимент на материале не одного, а двух и более текстов для получения более надежных результатов.

Образец текста с пропусками

Память представляет собой совокупность _____, обеспечивающих восприятие, запечатление, хранение и _____ (извлечение) информации. Поскольку последний _____ нередко выступает как критерий _____, то к рассматриваемой совокупности следует отнести и _____, под которым понимается либо безвозвратная _____ информации, либо невозможность ее _____ при обычных условиях. Существует _____ подходов к классификации видов памяти. Для _____ наиболее существенное значение представляет _____ характеристика сохранения способности к воспроизведению _____ информации.

Правильные ответы: 1 — процессов, 2 — воспроизведение, 3 — компонент, 4 — памяти, 5 — забывание, 6 — утрата, 7 — извлечения, 8 — много, 9 — нас, 10 — временная, 11 — запечатленной.

2.1.2. ОЦЕНКА СВОЙСТВ ГОВОРЯЩЕГО С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА «КАРТА КОНТРОЛЯ СОСТОЯНИЯ РЕЧИ»

Речь, связанная с активным использованием языковых средств в акустической модальности, чрезвычайно разнообразна по видам (сравните монологическую—диалогическую речь), состояниям (спокойная—взволнованная речь), степеням владения языком (грамотная—неграмотная), условиям

(межличностное общение или публичное выступление). Процессы говорения, или порождения речевого высказывания, чрезвычайно диагностичны. Недаром еще древние греки придавали им такое большое значение: «Заговори, чтобы я тебя увидел». По активности и частоте использования разных языковых знаков можно разделить всех говорящих на многословных, предпочитающих речевые способы коммуникации («язык без костей», «рот не закрывается») и молчаливых, использующих речь мало и неохотно («слово клещами не вытянешь»). Это типично для выделения экстра- и интровертированных личностных особенностей. При диагностике могут быть использованы и голосовые особенности. Так, говорящие громко и четко обычно воспринимаются как люди уверенные, занимающие высокие статусные позиции, иногда даже — как агрессивные. Говорящие тихо и медленно — как робкие, нерешительные, социально малозначимые.

Очень интересно проявляются в речи показатели тревожности, особенно в ситуации публичного выступления. Эта ситуация редко для кого безразлична. Обычно даже опытные выступающие — лекторы, артисты, политики — испытывают определенное волнение, связанное с ответственностью, желанием проявить себя с положительной стороны, боязнью насмешек, неудач, провала. Это волнение иногда принимает запредельные формы, может закрепиться как стиль поведения, например, в виде логоневрозов, логофобий, даже логонемоты (открываю рот — и не могу сказать ни слова от страха). Впрочем, встречаются испытуемые с очень высоким самомнением, склонные к завышенной самооценке, принимающие на себя функции ментора, наставника, использующие преимущественно назидательный тон. Могут также быть и развязные, бесцеремонные люди, не испытывающие никаких сомнений в собственных поступках и в собственной речи.

Методика «Карта контроля состояния речи» позволяет оценить индивидуальную предрасположенность к речевой тревожности, выходящей за пределы средних нормативных показателей. Она построена на показателях самооценки, что дает возможность контролировать и корректировать свое собственное речевое поведение.

Описание методики. Испытуемым предъявляется список из 24 предложений, описывающих какие-либо эмоциональные состояния испытуемых в различных ситуациях. Если испытуемый согласен с предложением, он ставит знак «+». Если высказанное суждение к нему не относится, он ставит знак «-». При сравнении индивидуальных ответов с ключевыми подсчитывается число совпавших ответов и их общая сумма. Показатели выше 4-5 баллов расцениваются как прогностические, свидетельствующие о повышенной или высокой речевой тревожности. Например, заикающиеся показывают результат 15-16 баллов. Нулевые показатели или чрезвычайно низкие (1-2 балла) интерпретируются как результаты завышенной самооценки. Следует отметить, что речевая тревожность достаточно хорошо соотносится с ситуационной, а иногда даже и с общей

тревожностью, поэтому контроль и коррекцию ее следует проводить с помощью различных видов тренинга, в том числе и аутотренинга, а также тщательной подготовки и постоянной практики. В некоторых случаях можно порекомендовать изменение формы деятельности, связанной с интенсивным речевым взаимодействием.

Материал методики

1. Моя речь производит хорошее впечатление.
2. Мне легко разговаривать почти со всеми.
3. Мне легко смотреть на слушателей, когда я говорю с ними.
4. Мне трудно разговаривать с моим начальником или учителем.
5. Даже одна мысль о необходимости говорить в общественном месте меня пугает.
6. Одни слова мне труднее произнести, чем другие.
7. Когда я говорю, то не думаю, как это у меня получается.
8. Я легко могу поддержать разговор.
9. Моя речь иногда смущает моих собеседников.
10. Не люблю знакомить одного человека с другим.
11. При обсуждении какого-либо вопроса в группе я часто задаю вопросы.
12. Мне легко контролировать свой голос, когда я говорю.
13. Мне не трудно говорить перед группой.
14. Моя речь не позволяет мне делать то, что мне нравится.
15. Когда я говорю, меня довольно легко и приятно слушать.
16. Иногда мне не нравится, как я говорю.
17. Всегда, когда я говорю, я чувствую себя совершенно уверенно.
18. Я охотно говорю только с некоторыми людьми.
19. Я говорю лучше, чем пишу.
20. Я часто нервничаю, когда говорю.
21. Мне трудно разговаривать при встрече с новыми людьми.
22. Я совершенно уверен в своей речи.
23. Я хотел бы, чтобы моя речь была такой же, как у других.
24. Я часто не могу ответить, даже когда знаю нужный ответ, так как боюсь заговорить.

Ключевые ответы: 1) -, 2) -, 3) -, 4) +, 5) +, 6) +, 7) -, 8) -, 9) + 10) +, 11) -, 12) -, 13) -, 14) +, 15) -, 16) +, 17) -, 18) +, 19) -, 20) +, 21) -, 22) -, 23) +, 24) +.

2.1.3.ОЦЕНКА СВОЙСТВ ГОВОРЯЩЕГО С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА

Возможности диагностики говорящего по свойствам его голоса и речи давно и

небезуспешно обсуждались в специальной литературе, в том числе и психологической. Принимались во внимание психоакустические свойства голоса (высота, громкость, тембр), способы организации длительного высказывания (темпо-ритмические характеристики, частота и длительность пауз), паралингвистические составляющие (жестикуляция, мимика) и собственно содержательные характеристики сообщения (информативность, новизна, логичность, краткость, точность выбора слов). Помимо общепсихологического интереса, подобные исследования имеют весьма важное прикладное, практическое применение, прежде всего в системах автоматического распознавания и синтеза речи, при проведении судебно-криминалистических экспертиз, при формировании имиджа в желательном направлении, при диагностике различных речевых и психических патологий, в сфере искусства (например, в сценической деятельности).

Существует достаточно большое количество материалов наблюдений за свойствами речи и голоса и сопоставления их с различными личностными и индивидуально-психологическими особенностями. На основе наблюдений построены различные классификации говорящих: красноречивые—косноязычные, говорливые—молчуны, дельные—пустомели, бесцветные—яркие, равнодушные—душевные и т. д. Существует также достаточно обширная литература психоакустического характера, позволяющая делать обоснованные выводы на базе точных акустических замеров. Например, установлено, что мужчины говорят в пределах 85-200 Гц, женщины — в пределах 160-340 Гц. Изменения по частоте в сторону повышения или понижения свидетельствуют об изменениях в эмоциональных состояниях: голос взволнованный, испуганный, радостный, торжествующий, тоскливый, убитый, глухой. По громкости диапазон голоса: от 20 Дб — шепот, 25 Дб — слабый голос, 40-60 Дб — средний голос, 60-70 Дб — громкий голос, 80-85 Дб — крик. Усиление громкости свидетельствует об изменениях в эмоциональной сфере, как и в случае с высотными показателями: гневные, агрессивные голоса звучат слишком громко, а печальные, тусклые голоса — слишком тихо.

Семантический дифференциал, предложенный еще в 50-е годы XX века Чарлзом Осгудом, дает возможность интегрального описания говорящего по комплексу его голосовых и речевых признаков. Смысл метода состоит в подготовке 30-40 субъективных оценочных шкал с 7-ю делениями на каждой, которые испытуемые индексируют в соответствии со своими предпочтениями. На основании имеющегося экспериментального опыта установлено, что шкалы работают по принципу однородного группирования, что позволяет позднее рассматривать субъективное семантическое пространство признаков-факторов. В учебных условиях возможно сокращение количества шкал до 15-ти, с тем чтобы позднее рассмотреть их более обстоятельно.

Предлагаемый список субъективных шкал

Фактор оценки качества

Безобразный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Красивый
Противный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Приятный
Плохой	-3	-2	-1	0	1	2	3	Хороший
Раздражающий	-3	-2	-1	0	1	2	3	Успокаивающий
Манерный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Естественный

Фактор активности

Безжизненный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Оживленный
Медленный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Быстрый
Пассивный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Активный

Фактор эмоциональной выразительности, экспрессии

Тихий	-3	-2	-1	0	1	2	3	Громкий
Монотонный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Выразительный
Сдержанный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Экспрессивный
Вялый	-3	-2	-1	0	1	2	3	Бодрый

Фактор интеллекта

Вульгарный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Интеллигентный
Легкомысленный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Серьезный
Пустой	-3	-2	-1	0	1	2	3	Наполненный
Невнятный	-3	-2	-1	0	1	2	3	Четкий

Каждая шкала имеет разметку в 7 баллов от -3 до +3 включительно с нулевым показателем в центре. Испытуемые должны с помощью индексации шкал и последующего соединения отметок составить свой семантический речевой профиль и проинтерпретировать его по показателям четырех факторов.

Во втором задании испытуемые должны на этих же шкалах показать свое личное представление об идеальной речи.

Инструкция для испытуемых: «Отметьте знаками те позиции на шкалах, которые соответствуют вашим представлениям об идеальной речи. Какой вы хотите видеть свою речь?» Точно так же как и в предыдущем задании, испытуемые составляют свой идеальный речевой профиль и сравнивают его с первым. Расхождения в профилях более чем в 1 балл свидетельствуют о неудовлетворенности своими речевыми показателями и об осознанном

представлении о возможностях коррекции. Иногда, впрочем, достаточно простой констатации фактов, так как некоторые особенности изменить или просто невозможно, или чрезвычайно трудно, например, темповые характеристики.

В третьем задании испытуемые должны на тех же шкалах (можно подготовить их на чистом бланке) получить свой речевой профиль от кого-либо из своих хороших знакомых или родственников, которые смогут их достаточно объективно оценить.

Инструкция: «Отметьте, пожалуйста, на шкалах с помощью знаков ваши представления о моей речи. Какой вы слышите мою речь?» Точно так же как и в первых двух заданиях, отметки соединяются между собой, образуя экспертный речевой профиль. Испытуемые сравнивают первый, собственный профиль, с третьим, объективным. Различия более чем в 1 балл, т.е. расхождения между субъективной самооценкой и объективной оценкой, интерпретируются как неадекватность самооценки в любую сторону — завышения или понижения. Как и во втором случае, такое расхождение позволяет осознать сущность различий и принять ряд мер коррекционного характера. Если, например, по вашему профилю вы говорите отчетливо и выразительно, а по экспертному — невнятно и монотонно, задумайтесь над своими результатами, попробуйте сосредоточиться и изменить их в желаемую сторону.

В идеальных вариантах все три профиля имеют приблизительно одинаковую конфигурацию, что свидетельствует об адекватной самооценке, социальной зрелости и осознанности.

2.2. Косвенные методы исследования

2.2.1. СВОБОДНЫЙ АССОЦИАТИВНЫЙ ТЕСТ

Для проведения теста следует подготовить группу слов-стимулов в количестве 30-40 единиц, относящихся к различным частям речи — существительным, глаголам, прилагательным, наречиям. Желательно ориентироваться при этом на частоту употребления этих слов, что можно установить по частотному словарю или по словарю ассоциативных норм русского языка. В крайних случаях можно ограничиться списком из 10 слов-стимулов или провести эксперимент во время двух-трех предъявлений.

Инструкция испытуемым: «В ответ на предъявленное слово-стимул запишите в своих тетрадях любое слово, пришедшее вам в голову» Экспериментатор зачитывает список слов-стимулов так, чтобы после каждого оставалось 5-6 секунд, необходимых для записи реакции. При наличии соответствующей аппаратуры целесообразно фиксировать индивидуальное время ассоциативной реакции для его последующего анализа.

Список слов-стимулов

- | | |
|-------------|---------------|
| 1. Армия | 16. Петь |
| 2. Музыка | 17. Горький |
| 3. Болезнь | 18. Дверь |
| 4. Рука | 19. Гулять |
| 5. Гладкий | 20. Ветер |
| 6. Свистеть | 21. Цветок |
| 7. Сладкий | 22. Праздник |
| 8. Окно | 23. Лекарство |
| 9. Спать | 24. Ботинок |
| 10. Погода | 25. Блестящий |
| 11. Дерево | 26. Кричать |
| 12. Танцы | 27. Соленый |
| 13. Врач | 28. Стена |
| 14. Нога | 29. Ходить |
| 15. Мягкий | 30. Солнце |

Для установления ассоциативных зависимостей между стимулами и реакциями испытуемые составляют таблицу.

Матрица ассоциативных реакций

Стимул	Логическая реакция		Грамматическая реакция	
	центральная	периферическая	синтагматическая	парадигматическая
1				
2				
3				
4				
5				
6 ...				
30				
Всего, в %				

После выполнения ассоциативного эксперимента последовательно сравниваются между собой пары «стимул-реакция» по двум категориям: логические и грамматические реакции. Логические реакции, в свою очередь, делятся на центральные и периферические, грамматические — на синтагматические и парадигматические.

Логические связи — это связи по смыслу между стимулами и реакциями. Если такая связь есть (например, армия — солдат или болезнь — смертельная), то ставится любой опознавательный знак (типа галочки) в графу «центральная

логическая реакция». Если же эта связь отсутствует, то галочку ставят в графе «периферическая логическая реакция» (например, армия — танец или болезнь — еда). Увеличение периферических ассоциативных реакций свидетельствует о плохом знании языка, нарушении динамических особенностей — заторможенность, скачкообразность мыслительных процессов и т. п. Для взрослых носителей языка характерно преобладание центральных ассоциативных реакций — не менее 65% от общего количества предъявленных стимулов.

С точки зрения грамматического критерия также можно выделить два варианта ответных реакций: синтагматические и парадигматические. Под синтагматическим вариантом связи между словом-стимулом и словом-реакцией понимается связь между разными грамматическими категориями, например, между существительными и прилагательными или глаголами и наречиями (хороший — поступок, дождь — идет). Под парадигматическими реакциями испытуемых понимается связь в пределах одной грамматической категории (хороший — плохой, дождь — грязь). Увеличение синтагматических реакций свидетельствует о комплексности мышления, неумении испытуемого выделять рядоположенные объекты и их признаки. Эта комплексность мышления, по мнению Л. С. Выготского, составляет специфику детского мышления с его синкретизмом, комплексностью: предмет или признак видятся вместе с дополняющими их аксессуарами (характерная ассоциативная реакция у детей: экскаватор — копает, мальчик — дерется, молоко — белое). Для взрослых носителей русского языка характерно преобладание парадигматических ассоциативных реакций — не менее 70%. Увеличение синтагматических реакций свидетельствует о недостаточности аналитических операций, о некотором инфантилизме мышления. Иногда это может быть следствием индивидуально-психологических особенностей испытуемого вроде правосторонней асимметрии мозга (тип художника).

Слова-стимулы могут отражать профессиональные особенности лексической структуры, эмоциональное отношение к действительности — положительное, отрицательное или нейтральное, степень конкретности-абстрактности. В некоторых прикладных аспектах, например, в криминалистике, разными реакциями на разные стимулы пользуются с целью выявить причастность к событиям. Обычно в таких случаях после двух-четырёх нейтральных слов предъявляли эмоциональное слово, затем снова одно-два нейтральных (например, трамвай, окно, сумка, школа, ЧЕСТЬ, дождь). Для таких экспериментов очень ценными являются показатели времени реакции. На эмоциональные слова обычно время реакции резко возрастает, иногда в 2 с лишним раза. В данных случаях, скорее всего, работают механизмы психологической защиты.

На основании свободного ассоциативного эксперимента можно также,

сравнивая ответы-реакции разных испытуемых, найти наиболее частые, общие, что может привести к построению ассоциативных норм любого языка, в том числе русского. Такими были первые эксперименты К. Юнга, который сравнивал общность ассоциативных реакций у своих пациентов в клинике. Юнг установил, что родственники или представители одной и той же профессии (у него — адвокаты) чаще всего дают одинаковые реакции. Можно также составить поле семантических множителей для определенного стимула. Для этого целесообразно воспользоваться формулой американского психолога Клода Нобла:

$$K = \frac{n - 1}{N},$$

где n — общее количество совпавших реакций, N — общее количество всех реакций.

На основании полученных экспериментальных показателей можно построить самостоятельные семантические микросистемы, которые оказываются очень удобными для формализации семантической структуры языка. Например, если для слова-стимула «армия» было получено несколько совпавших ответов типа «солдат», «сражение», «приказ» и т. д., то семантическая микросистема для стимула «армия» будет иметь следующий вид:

армия

солдат	сражение, приказ	дисциплина
генерал	победа	сапоги

Семантические микросистемы позволяют лучше усваивать чужую языковую систему, восстанавливать умственную работоспособность, осуществлять более точный и выразительный перевод, в том числе и машинный.

Социальные психологи, продолжая исследования К. Юнга, нашли, что чем чаще испытуемые дают одинаковые ассоциативные реакции, тем больше оснований говорить о таком социально-психологическом феномене как «сплоченность». Очевидно, причины этого явления следует искать в одинаковой направленности сознания.

В то же время специалисты по массовым коммуникациям, особенно по прикладным вопросам (например, рекламным слоганам, заголовкам статей) считают одинаковость реакций доказательством низкой оригинальности, штампов в мышлении. Они рекомендуют всячески избегать прогнозируемых ассоциаций с целью привлечь внимание.

2.2.2.МЕТОДИКА «НЕЗАКОНЧЕННЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ»

На базе свободного ассоциативного эксперимента построена также проективная методика «Незаконченные предложения», когда испытуемым предъявляется не один словесный стимул, а несколько, вдобавок объединенных

грамматическими связями. Испытуемые должны дополнить эти «начала» предложений любыми подходящими словами, чтобы целое предложение носило характер законченного высказывания. В клинике хорошо известны такие виды «незаконченных предложений» как тесты на агрессивность, семейные отношения и др. Известны различные варианты форм и вариантов использования подобных методик. В целях ознакомления с этими типами ассоциативных свободных экспериментов здесь представлена методика, предложенная польскими психологами и предназначенная для оценки эгоцентризма.

Задание для испытуемых. Допишите несколько любых слов к предложенным, чтобы получилось связное высказывание.

Образцы предложенных начал предложений:

1. В ситуации...
2. Легче всего...
3. Чем дальше...
4. По сравнению...
5. В действительности...
6. Несколько лет назад...
7. Это неверно, что...
8. Будет время, когда...
9. Основная проблема в том, что...
10. Самая большая...

При анализе экспериментальных результатов подсчитывается количество личных местоимений «я» или их падежных форм («мне», «мною», «для меня»), которое и является мерой эгоцентризма. На основании имеющихся групповых норм можно предположить, что увеличение количества личных местоимений от 2-3 и выше свидетельствует об увеличении эгоцентризма, направленности на себя.

2.2.3. ПАРНЫЙ АССОЦИАТИВНЫЙ ТЕСТ

На основе свободного ассоциативного эксперимента построен и широко применяется в практике подбора совместимых людей в группах парный ассоциативный тест (проба с лидером). Сущность его состоит в том, что вербальные стимулы предъявляются одновременно двум испытуемым, и они одновременно должны отвечать любыми словами, пришедшими им в голову. Парный ассоциативный тест позволяет установить лидера в диаде: для лидера характерны более короткое время реакций, более громкий уверенный голос, меньшее количество задержек и пропусков, большее количество реакций соответствует центральному и парадигматическим типам. Отмечается также навязывание своих ассоциаций второму члену группы — ведомому.

Для проведения подобного эксперимента двое испытуемых выполняют указания экспериментатора, при этом присутствует группа наблюдателей — экспертов.

Инструкция для испытуемых. «В ответ на предъявленное слово-стимул отвечайте любым словом, пришедшим в голову».

Наблюдая за поведением обоих участников эксперимента, эксперты определяют их особенности и тенденции к лидерству или ведомости.

2.2.4. НАПРАВЛЕННЫЙ АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

Направленный ассоциативный эксперимент от различных вариантов свободного отличается тем, что испытуемый ответ на слова-стимулы дает в устной или письменной форме не любыми словами, пришедшими ему в голову, а в соответствии с инструкцией экспериментатора. Таким образом, ассоциативные реакции испытуемых направляются по определенному руслу. Это накладывает ограничения на процессы мыслительного поиска испытуемых при выборе подходящих слов из имеющихся в их распоряжении. Инструкции могут быть разными как по направленности, так и по степени сложности. Например, подбор реакций-антонимов или синонимов — более легкая задача, чем подбор по принципу родо-видовых или степенных отношений. Количество стимулов, как и в предыдущем варианте свободного ассоциативного эксперимента, 30-40 слов, но в соответствии с инструкцией они выбираются более осмысленно, например, по словарю синонимов или антонимов.

Инструкция для испытуемых: «В ответ на предъявленное слово-стимул запишите слово противоположного значения (антоним)».

Список слов-стимулов

- | | |
|--------------------|--------------|
| 1. Злость | 14. Скука |
| 2. Господин | 15. Беда |
| 3. Нерасторопность | 16. Вершина |
| 4. Позор | 17. Тусклый |
| 5. Соперник | 18. Любить |
| 6. Черный | 19. Суша |
| 7. Прыгать | 20. Культура |
| 8. Красивый | 21. Женщина |
| 9. Целина | 22. Ребенок |
| 10. Гуманность | 23. Находка |
| 11. Смех | 24. Надежда |
| 12. Атака | 25. Мороз |
| 13. Буря | 26. Работа |

27. Гладкий
28. Взять

29. Похвала
30. Адажио

Для оценки экспериментальных результатов следует подготовить таблицу с указанием адекватных реакций, неадекватных и приблизительно правильных, так называемых семантических парафазии («пара» — около, «фазус» — смысл).

Результаты направленного ассоциативного эксперимента

Вербальные стимулы	Адекватные реакции	Семантические парафазии	Неадекватные реакции
1			
2			
Общее количество			

Правильные ответы-антонимы: 1 — доброта; 2 — слуга, раб; 3 — проворливость, ловкость, прыть; 4 — почет, слава, честь; 5 — партнер, коллега, единомышленник; 6 — белый; 7 — стоять; 8 — уродливый, безобразный, некрасивый; 9 — пашня, пахотная земля, обработанная земля; 10 — мизантропия; 11 — плач; 12 — оборона, защита; 13 — тишь, покой; 14 — веселье; 15 — радость; 16 — основание, подошва; 17 — яркий; 18 — ненавидеть; 19 — море, вода; 20 — невежество; 21 - мужчина; 22 — старик; 23 — потеря; 24 — отчаяние; 25 — зной, жара; 26 — отдых, безделье; 27 — шершавый; 28 — отдать; 29 — брань, ругань, критика; 30 — аллегро, престо, скерцо.

При хорошем или удовлетворительном знании языка и активном использовании его внутренних структурных связей испытуемые покажут высокие результаты по второй колонке — адекватным реакциям (до 100%). Достаточно хорошими для диагностики будут и показатели по третьей колонке, но все же участникам эксперимента желательно более точно выполнять инструкцию экспериментатора. Например, если на слово-стимул «позор» испытуемый отвечает словом «гордость», то такой ответ попадет во вторую колонку, так как по словарю антонимов русского языка надо было написать слова «почет», «слава» или «честь». В третью колонку попадают те ответы испытуемых, которые не соответствуют инструкции вообще. Например, в ответ на слово «позор» испытуемый пишет слова «стыд», «осуждение» и прочие, не соответствующие идее противоположности. Направленный ассоциативный тест, таким образом, проверяет не только знание языка, но и умение логически мыслить, соотносить различные типы связей, дифференцировать индивидуальные особенности.

2.3. Методы изучения письменной речи

2.3.1. ИЗУЧЕНИЕ ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ

Письменная речь относится к более поздним видам речи, более осознанным, контролируемым и обдумываемым. В связи с этим письменная речь может и не дать информации о пишущем в такой же степени, как устная речь о говорящем. Однако в условиях, максимально приближенных к ситуациям непосредственного общения, письменная речь подкрепляет и углубляет психологические сведения об информанте. Одним из таких условий является написание писем своим друзьям, записи в дневниках, записных книжках и т. д. Деловые письма меньше подходят для этой цели, так как существуют специальные регламентирующие правила деловой переписки, достаточно единообразные для всех пользователей.

Содержательные характеристики письменной речи можно определить с помощью традиционных методов контент-анализа и интент-анализа речевой продукции. Эти методы демонстрируют количество и характер описываемых тем, их направленность, частоту обсуждения, планы и намерения пишущего.

В значительной степени информация о пишущем содержится в анализе способов выражения, т.е. в тех психолингвистических категориях, которые свидетельствуют о профессиональной и интеллектуальной компетентности, эмоциональном состоянии, общей и речевой культуре.

С этой целью испытуемым предлагается выполнить следующее задание: написать письмо своему другу (подруге), не требующее особо тщательной подготовки и проверки (пишу так, как говорю). Письмо должно быть достаточно длинным, размером в 250-300 слов (примерно 2 страницы нелинованной бумаги). Это письмо и будет объектом для психолингвистического анализа.

При интерпретации психолингвистических показателей используются имеющиеся экспериментальные подтверждения, полученные рядом исследователей как у нас, так и за рубежом.

Так, показатель объема речевой продукции в словах свидетельствует о личностных особенностях автора, его коммуникативности, экстравертированности - интровертированности, положительной или отрицательной мотивации. Еще в большей степени эта связь проявляется в устной речи. Кроме того, увеличение объема речевой продукции может служить основанием для диагностики эмоциональной возбудимости, напряженности психофизиологического состояния. Обычно этот показатель подкрепляется сведениями субъективного характера: охотно ли вы пишете письма, как часто,

одному адресату или разным и т. п.

Показатель среднего размера предложений свидетельствует об особенностях вербального интеллекта (прямая корреляционная связь) или же о резком изменении эмоционального состояния (отрицательная корреляционная связь). Для пишущих на русском языке этот показатель обычно соответствует величинам в 6-9 слов. Для сравнения, в письмах Л. Н. Толстого нередко встречаются предложения в 30-35 слов, с большим количеством придаточных и вводных предложений.

Коэффициент словарного разнообразия является одним из самых сильных в речевой психодиагностике. Обычный показатель коэффициента словарного разнообразия лежит в пределах от 5 до 15 слов. Коэффициент рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{c.p.} = \frac{n}{2 N},$$

где $K_{c.p.}$ - коэффициент словарного разнообразия, n – количество разных слов, N – количество всех слов.

Коэффициент глагольности иначе называют коэффициентом агрессивности. Он представляет собой отношение количества глаголов и глагольных форм (причастий и деепричастий) к общему количеству всех слов. При значении этого отношения больше 60% в клинике при изучении письменной продукции делают вывод о возбужденном состоянии, готовности к немедленным действиям. Коэффициент рассчитывается по формуле глаголов:

$$K_{\text{глагол.}} = \frac{n}{N} \times 100\% ,$$

где n – количество глаголов в тексте, а N - общее количество слов.

Коэффициент логической связности также рассчитывается по формуле соотношения общего количества служебных слов (союзов и предлогов) и общего количества предложений. При величинах в пределах единицы обеспечивается достаточно гармоничное сочетание служебных связующих слов и предложений как синтаксических конструкций.

$$K_{\text{лог. связи}} = \frac{n}{3 N},$$

где n – количество служебных слов, N – количество предложений.

Коэффициент эмболии (от мед. эмбола — закупорка кровеносного сосуда), или засоренности речевого высказывания, представляет собой отношение общего количества эмбол, т.е. слов, не несущих семантической нагрузки, к общему количеству слов в предложении. В состав эмбол входят междометия («ну-ну», «ха-ха», «эге» и пр.), вульгаризмы и ненормативная лексика, ненужные повторения. Коэффициент эмболии свидетельствует о свойствах вербального интеллекта и эмоциональном состоянии пишущего. Он может

также дать представление о культуре речи, общей культуре, этикете пишущего.

$$K_{\text{эмб.}} = \frac{n}{N} \times 100 \%,$$

где n – количество эмбол, N – общее количество слов.

Общая характеристика особенностей письменной речи дается по таблице сводных показателей.

Психолингвистические показатели письменной продукции

1. Объем речевой продукции в словах (количество знаменательных слов).
2. Объем речевой продукции в предложениях.
3. Средний размер предложения.
4. Коэффициент словарного разнообразия, вычисляемый по формуле.
5. Коэффициент глагольности, вычисляемый по формуле.
6. Коэффициент логической связности, вычисляемый по формуле.
7. Коэффициент эмболии (засоренности), вычисляемый по формуле.

2.3.2. КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ТЕКСТА

Содержательные характеристики речи обычно определяются с помощью методов контент-анализа или интент-анализа высказываний (англ. content— содержание и intent — намерение). С этой целью весь анализируемый материал пропускается через набор «контент» или «интент-категорий», являющихся единицами анализа. Сущность этих способов анализа содержания состоит в подсчете слов или групп слов, соответствующих выделенным категориям. Например, агрессивность речи определяется по частоте появления соответствующих вербальных обозначений, а профашистские настроения — по частоте соответствующих намерений.

Первые примеры использования контент-анализа датированы восемнадцатым веком, когда в Швеции частота появления тем, связанных с Христом, использовалась для принятия решения о еретичности книги. Во время второй мировой войны редакторы ряда газет в США были обвинены в связях с нацистами на основании того, что была обнаружена схожесть в повторении тех или иных тем на страницах их изданий.

Контент-анализ предоставляет важный инструментарий для ПР-технологий (разработка имиджа индивида или организации, формирование определенного общественного мнения и т.д.). Сегодня ведутся разработки по выявлению автоматическим способом слов с негативной окраской по ряду европейских языков (группа Т. Амана из ФРГ), что даст возможность отслеживать отрицательные отзывы прессы по заказам фирм и корпораций. Это, в принципе, отдельная и очень серьезная проблема определения *направленности* по отношению к символу. Предлагается несколько подходов, которые помогают

определить, является ли отношение позитивным, отрицательным или нейтральным. Как считает Ричард Будд с коллегами, негатив может отражать социальные конфликты и дезорганизацию, политическую и экономическую нестабильность и слабость, позитив — социальную связанность и сотрудничество, политическую и экономическую стабильность и силу.

Особое место занимает контент-анализ выступлений политических лидеров. Уже первые работы такого рода (анализ выступлений Гитлера) показали, что индекс военной пропаганды, выдающий агрессивные устремления, состоит в увеличении высказываний о преследовании, отсылках к силе, опоре на агрессию в качестве самозащиты, с одновременным уменьшением учета благосостояния других. В результате сопоставления Кеннеди и Хрущева получила подтверждение «зеркальная гипотеза», по которой как восприятие Америки, так и восприятие Советского Союза искажались однотипно. А сравнение речей Гитлера и Рузвельта за 1935-1939 гг. показали одинаковое возрастание высказываний о преследовании в период войны, однако только у Гитлера уровень их был высок и до начала войны.

Первый анализ американскими исследователями инаугурационных речей своих президентов был сделан в 1937 г. Для этого использовались четыре категории самых общих символов: *национальный/подлинный* (форма правительства, Америка, наша/моя страна и т.д.), *историческая отсылка* (великое прошлое, предки и т.д.), *фундаментальные концепты* (Бог, Конституция, свобода и т.д.), *факт и ожидание* (сегодняшнее благополучие, уверенность в будущем).

Что можно подсчитывать в вербальном потоке, какие типичные исследовательские модели существуют? Можно подсчитывать:

- а) частоту употребляемых понятий;
- б) наличие/отсутствие каких-либо тем;
- в) связь между темами;
- г) основные темы.

При обработке текстов малого объема, конечно, имеет больше преимуществ качественный, а не количественный анализ. Так, смена одного из терминов в китайской периодике выявила переход к более агрессивному этапу действий Пекина, за которыми последовала война.

Примеры исследовательских тем: «Как культурные различия отражаются в песнях разных народов?», «Лингвистические различия между шизофреником и нормальным человеком», «Как длина предложения влияет на восприятие текста?», «Установление автора анонимного текста», «Какие характеристики отличают бестселлер, мыльную оперу?» Последний пример особенно интересен для феномена рыночного существования литературы и телевидения. При этом устанавливается на основе прошлых успехов: средний возраст героя, средний возраст героини, тип антигероя и т. д. Имея все эти характеристики, можно прогнозировать успех будущей книги или постановки.

Установлены три существенных условия развития коммуникативных процессов, при которых использование контент-анализа является наиболее эффективным:

1. Когда мы имеем не прямой выход на говорящего, автора. Обычного собеседника мы можем спросить, что именно означают его слова, зачем он это сказал. Но есть целый круг ситуаций, когда прямой вопрос невозможен. Например, когда речь идет о президенте недружественного государства, о давно умершем писателе, о чужой пропаганде. Во всех этих случаях перед нами есть только не прямые выходы. Так, в условиях дефицита информации, например, американцы анализировали отношения Ельцина и военных на основе того, застегнул ли он пуговицы на пиджаке, поднимаясь из президиума для выступления.

2. Когда языковой фактор является решающим для исследования. Есть специфические задачи, где только языковой подтекст доступен для исследователя. Например, установление шизофрении, поиск автора анонимного текста. Установление авторства текстов, принадлежащих Шекспиру, Шолохову и т. д. — это тоже задача контент-анализа.

3. Когда объем материала слишком велик. Мы имеем подобные объемы в случаях массовой коммуникации, литературы, кино. Именно опора на совершенно иные объемы дает новые результаты. Джон Несбит заложил основы анализа тенденций, который публикуется раз в квартал на базе контент-анализа 6000 газет. Наше индивидуальное прочтение одной-двух газет не дает возможности увидеть то, что показывает анализ целого массива. Поэтому потребителями подобных материалов, которые позволяют предсказывать будущие социальные и экономические условия, становятся корпорации и правительственные учреждения.

Что может быть *единицей анализа*? Слово или символ — это наименьшая единица. Тема — это другая единица, представляющая собой отдельное высказывание об отдельном предмете. При исследовании литературы и кино, где надо отражать особенности героя, используют такую единицу как характер.

Существуют достаточно четкие требования к возможной единице анализа:

- а) она должна быть достаточно большой, чтобы выразить значение;
- б) она должна быть достаточно малой, чтобы не выразить много значений;
- в) она должна легко идентифицироваться;

г) число единиц должно быть настолько велико, чтобы из них можно было делать выборку.

Определив единицу, следует решить, что мы будем подсчитывать. Это может быть частота, место, время (для телевидения, радио и кино). Следует добавить, что без компьютерной обработки материала такая работа невозможна, поскольку объемы текстового материала очень велики.

Оценочный анализ, предложенный Осгудом и развитый Ольсти, переводит высказывания в два возможных вида. В первом случае объект оценки с

помощью вербального коннектора присоединяется к прилагательному или оценке в виде общего мнения. Американский пример таков: *Советский Союз* (объект оценки) *является* (вербальный коннектор) *враждебным* (прилагательное). Во втором случае объект оценки с помощью вербального коннектора присоединяется к другому объекту оценки. Например: *Советский Союз* (объект оценки) *обычно противостоит* (вербальный коннектор) *американским интересам* (объект оценки).

Более сложные модели контент-анализа предлагают суммарную оценку предложений. Шкала оценки занимает промежуток от -3 до +3 — так, предложение «Японские правящие круги являются коррумпированными» получают следующие оценки «являются» — +3, «коррумпированными» — -3. Суммарная оценка складывается следующим образом: $3 \times -3 = -9$, т.е. японские правящие круги получают оценку -9, которая является достаточно негативной.

Еще одним вариантом контент-анализа является общая тематика текста. При этом подсчету подлежат темы, а не слова. Исходя из этого представления, формулируются некоторые правила выделения темы:

- 1) тема не может выходить за пределы абзаца;
- 2) новая тема возникает, если происходит смена:
 - а) воспринимающего;
 - б) действующего;
 - в) цели;
 - г) категории.

В результате этого тема не должна иметь больше одного воспринимающего, больше одного действующего, больше одной цели, больше одной категории.

Анализируя текст согласно основным принципам контент-анализа, возможно получение информации, ее дополнение, подтверждение либо опровержение, в особенности в совокупности использования и сравнения с другими источниками информации.

Вопросы для контрольных работ по дисциплине «Психолингвистика» для студентов заочного отделения факультета ПВиС, специальности «Логопедия», «Олигофренопедагогика»

Вариант 1.

1. Назовите и охарактеризуйте основные этапы становления психолингвистики как науки.
2. Определите основное содержание понятия «языковая картина мира».

Вариант 2.

1. Определите основные задачи психолингвистики, ее объект и предмет изучения.
2. Дайте определение понятия «текст» и приведите его характеристики.

Вариант 3.

1. Назовите и охарактеризуйте методы психолингвистического исследования.
2. Определите общие и отличающиеся черты внешней и внутренней речи.

Вариант 4.

1. Изложите основное содержание психолингвистической теории, психологический и лингвистический базис психолингвистики.
2. Назовите основные характеристики восприятия текстовой информации.

Вариант 5.

1. Проанализируйте психологические характеристики речи и языка.
2. Приведите примеры этнопсихолингвистических проявлений в речи.

Вариант 6.

1. Охарактеризуйте основные подходы к порождению речи.
2. Назовите основные направления современной психолингвистики.

Вариант 7.

1. Охарактеризуйте основные подходы к восприятию и пониманию речи.
2. Дайте определение понятия «речевая деятельность».

Вариант 8.

1. Назовите и охарактеризуйте основные этапы речевого развития ребенка.
2. Дайте определение понятия «языковое сознание»

Вариант 9.

1. Проанализируйте понятия речевой нормы и патологии в речи.
2. Назовите основные смысловые единицы речи.

Вариант 10.

1. Проанализируйте подходы к изучению проявлений личностных особенностей в речи.
2. Назовите основные подходы к овладению языком.

Общее задание для всех вариантов

Провести практическое исследование речевых особенностей личности при помощи методики «Карта контроля состояния речи», дать характеристику и рекомендации по коррекции и оптимизации индивидуальных свойств испытуемого, проявляющихся в речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горелов И.Н., Седов К.Ф. Основы психолингвистики. М., 1997.
2. Залевская А.А. Введение в психолингвистику. М., 1999.
3. Зимняя И.А. Лингвопсихология речевой деятельности. Москва – Воронеж, 2001.
4. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. М., 1990.
5. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. М., 2001.
6. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики (разл. издания).
7. Петренко В.Ф. Основы психолингвистики. Смоленск, 1997.
8. Сахарный Л.В. Введение в психолингвистику. Л., 1989.
9. Слобин Д., Грин Дж. Психолингвистика. М., 1976.
10. Тарасов Е. Ф. Тенденции развития психолингвистики. М., 1987.

Достовалов Сергей Григорьевич

Методы исследования в психолингвистике

Методические рекомендации
для практических занятий и самостоятельной работы
студентов (специальности 050715 «Логопедия»,
050714 «Олигофренопедагогика»)

Редактор Н.А. Пермякова

Подписано к печати
Формат 60x84 1/16
Заказ

Усл. печ. л. 2,0
Тираж 75

Бумага тип №1
Уч. изд. л. 2,0
Цена свободная

Издательство Курганского государственного университета.
640669, г. Курган, ул. Гоголя, 25.
Курганский государственный университет, ризограф.