

1. Макконнел Дж. Анализ алгоритмов. Активный обучающий подход. М.: Техносфера, 2009.
2. Верещагин Н.К., Шень А. Вычислительные функции. М.: МЦНМО, 2008.
3. Булос Дж., Джеффери Р. Вычислимость и логика. М.: Мир, 1994.
4. Смальян Р. Теория формальных систем. М.: Наука, 1981.
5. Верещагин Н.К., Шень А. Языки и вычисления. М.: МЦНМО, 2008.
6. Кормен Т., Лейзерсон И., Риверт Р. Алгоритмы: построение и анализ. М.: МЦНМО, 1999.

Поступила 18.02.2013р.

УДК 863.03

Б.В.Дурняк, О.Ю.-Ю.Коростіль

ЗАДАЧІ РОЗВИТКУ ЗАСОБІВ ОПИСУ СОЦІАЛЬНИХ ОБ'ЄКТІВ

Аннотація. Рассматриваются психофизиологические параметры, которые используются в известных средствах влияния на социальные объекты. Проводится анализ психологических параметров социальных объектов, которые используются, при формировании информационных контенов в средствах массовой информации.

Ключевые слова: параметры, средства влияния, социальные объекты, психологические параметры.

В силу природы соціальних об'єктів, яка полягає у тому, що значення можливих параметрів є досить неоднозначні та не точні, описувати їх формально детермінованими засобами досить складно. Необхідність у формальному описі соціальних об'єктів обумовлюється тим, що у випадку використання формальних описів, стає можливим формалізувати процеси взаємодії між окремими об'єктами та формалізувати процеси формування управляючих дій на такі об'єкти. В залежності від міри формалізації стає можливим у відповідній мірі автоматизувати відповідні процеси, а це значить, що їх можна перекласти на інформаційні системи. Тому, задачі формалізації опису соціальних об'єктів, під якими розуміються окремі суб'єкти чи їх групи, що об'єднані між собою певними соціальними ознаками, є актуальні, для розв'язку задач управління суспільством. Такі задачі, на сьогоднішній час, розв'язуються спеціально створеними для цього системами, до яких відносяться засоби масової інформації, що реалізуються на основі видання і розповсюдження газет та інших періодичних видань, на основі використання систем радіотрансляції та систем трансляції телевізійних програм. Крім того,

до такого класу засобів відносяться системи масової культури, які мають власну форму впливу на соціальні об'єкти. Соціальні об'єкти, як об'єкти управління, мають цілий ряд особливостей, які відрізняють його від окремиго суб'єкта. До таких особливостей можна віднести наступні:

- в соціальному об'єкті свідомий суб'єкт зчезає, а соціальний об'єкт приймає параметри, які є єдиними для всіх суб'єктів, що входять у цей об'єкт,
- окремий суб'єкт, в більшості випадків, приймає всі характеристики, що описують характеристики об'єкту, що відбувається на рівні підсвідомості,
- параметри, що характеризують соціальний об'єкт переважно є більш однозначними і простими з точки зору їх інтерпретації і вони передаються суб'єктам,
- в рамках соціального об'єкту кожний з суб'єктів приймає положення, які формує об'єкт і більшість суб'єктів попадає в повну залежність від характеристик об'єктів, які не приймають до уваги навіть особисті інтереси відповідних суб'єктів.

Приведені особливості перетворень, або трансформації характеристик окремих суб'єктів у випадку, коли вони переходять в склад об'єкту можна розширювати цілим рядом деталей. Це обумовлює доцільність формування з окремих суб'єктів соціальні об'єкти, якими управляти значно легше. Але створення соціальних об'єктів в тому чи іншому соціальному середовищі є процесом природним і не уникненим, оскільки соціальні об'єкти є більш стійкими до дії на них і відповідне середовище негативних факторів та в рамках функціонування соціальних об'єктів є можливим розв'язувати проблеми та задачі, які не підсилу окремим суб'єктам. Це означає, що існування соціальних об'єктів є неуникненим. Оскільки, одним з головних факторів впливу на соціальний об'єкт, через вплив на окремих суб'єктів, є вплив з допомогою інформаційних факторів, серед яких одним з основних факторів є текстова форма представлення інформації, яка розглядається як засіб впливу, то коротко проаналізуємо основні компоненти, на які такі фактори можуть впливати. До таких компонент відносяться наступні процеси, що обумовлюють певну поведінку окремих суб'єктів та в цілому соціальних об'єктів:

- логічне мислення суб'єкта,
- некогерентність висновків, що виникають з процесів мислення,
- аутистична свідомість,
- асоціативне мислення, або використання метафор,
- маніпуляція поняттями,
- стереотипи.

Логічне мислення суб'єкта складається в певному сенсі з наступних факторів: обґрунтування, процесів логічних перетворень, інтерпретації отриманих результатів. В більшості випадків, при реалізації цього процесу, основна увага по його контролю приділяється процесу логічного аналізу,

який, по суті, представляє собою певну послідовність перетворень, обґрунтованість яких на протязі реалізації такого процесу контролюється. Це приводить до того, що у випадку правильності реалізації процесу логічного аналізу, всі інші фактори приймаються правильними [1,2]. Другим по важливості фактором, що піддається аналізу є перевірка інтерпретації відповідного результату. Якщо виявляється, що інтерпретація є не допустима, то в першу чергу проводиться перевірка правильності процесу логічних перетворень. Такі перетворення на сьогоднішній час достатньо формалізовані і, тому, їх порівняно легко перевіряти. Останнім фактором, який, при відсутності помилок в процесі аналізу та інтерпретації результатів, підлягає перевірці, це обґрунтування, або вхідні дані, над якими проводиться аналіз. Перевірка цього фактору є найскладнішою, оскільки перевірка вхідних даних потребує аналізу слабо формалізованих процесів їх вибору, або процесів їх формування. Тому, при необхідності впливу на процес логічного мислення, найчастіше використовуються методи їх модифікації, чи підміни. При цьому, управляючий суб'єкт повинен перевірити, чи така підміна не приведе до порушень у використанні правил логічних перетворень та чи вона не приведе до появи результату, інтерпретація якого може викликати несприйняття останньої суб'єктом, на якого реалізується відповідний вплив.

Некогерентність процесів мислення полягає у тому, що в таких процесах використовуються фактори, або об'єкти, які є між собою не вимірними. В природничих, а тим більше в технічних науках, така некогерентність представляє собою встановлення функціональних зв'язків між компонентами, які мають різні розмірності, або необхідно описати у вигляді перетворень, що найменше двох субстанцій, які мають різні міри вимірювань і ніяким чином не пов'язані фізично між собою. Очевидно, що у випадках, коли об'єкти аналізу є складно формалізуємими, або мають складну структуру, чи велику міру невизначеності, то використання некогерентності для реалізації впливу, досить ефективне. Такий вплив полягає на представленні суб'єкту опису логічних взаємозв'язків та результатів відповідних перетворень в текстовій формі. Після того, як суб'єкт познайомиться з відповідним текстом і не виявить відповідної некогерентності в описі процесу логічного аналізу, то суб'єкт приймає запропонований висновок таким, що відповідає дійсності його оточення [3,4].

Аутистична свідомість представляє собою феномен, коли суб'єкт піднімає реальні образи деякими образами, що не відповідають дійсності, але не обов'язково не є фантастичними, або не можливими. Вплив на суб'єкти шляхом активізації аутистичного мислення здійснюється за рахунок і при умові наявності даних про бажання та стрімління людей, особливо, якщо останнє є нав'язуючим. Типовим прикладом таких бажань є бажання почувати себе безпечно, а по можливості комфортно. Аутистична свідомість активізується шляхом надання суб'єктам інформації по недалеке майбутнє, яке представляється як таке, що може мати місце, при цьому, у відповідних описах використовуються некогерентності. Основна відмінність між

некогерентними методами впливу та методами впливу, що ґрунтуються на активізації аутистичного мислення полягає у тому, що в першому випадку маніпуляція відбувається з відображенням дійсності, а в другому випадку маніпуляція відбувається з відображенням близького майбутнього [5,6].

Асоціативне мислення являється таким способом мислення, якому характерна економічність, яка полягає в заміні цілого ряду логічних кроків мислення одним кроком, який полягає в переході від почткової посилки до кінцевого виводу на основі існування аналогічних зв'язків між подібними акторами. Такі фактори приймаються такими, що мали місце та такими, що має достатньо повну аналогію між посилкою та висновком у факторів, що розглядаються. Маніпуляція, в цьому випадку, полягає у тому, що маніпулятор використовує відсутність необхідних знань у суб'єкта про посилку та висновок, які відповідають фактору, що приймається як вхідний об'єкт для проведення аналогії. В цьому випадку, маніпулятор мусить забезпечити отримання такого висновку, який виявився би приємним для суб'єкта. Це досягається спеціальним підбором двох факторів в схемі аналогії. В методі асоціативного мислення суттєву роль відіграє уявлення про метафору. Метафора представляє собою певне уявлення, або образ, який по своїй суті не відповідає дійсності, але описує її таким чином, щоб ця невідповідність не була явною. По суті, метафора представляє собою ідентифікатор деякої сутності, яка формулюється в свідомості суб'єктів соціального об'єкту, але не відповідає тій сутності, яку повинна описувати. Маніпуляція, в цьому випадку, полягає в тому, що приписуючи відповідну метафору сутності, яку необхідно змінити, можна використовувати її запропонувати доцільну, вигідну маніпулятору сутність, яка по параметрах більш прийнятлива для суб'єктів ніж існуюча сутність і, при цьому, не допустити до переходу до сутності, яка відповідає відповідній метафорі.

Для маніпуляції суттєве значення має поняття категорії. Категорією, в даному випадку, є поняття, яке є загальноприйнятим, але має досить широкий спектр інтерпретації. Це обумовлено тим, що ця категорія може стосуватися різних сутностей. Тоді, маніпуляція, що реалізується з допомогою використання категорій, полягає у тому, що загально відома категорія використовується для опису певних ситуацій, в рамках яких її інтерпретація не відповідає тій інтерпретації, яка була би для цієї ситуації правильною, або відповідною. Суть результату такої маніпуляції полягає у тому, що суб'єкт приймає запропоновану категорію, як таку, що відповідає його цілям, але в силу того, що інтерпретація є допустима але не відповідає даній ситуації, суб'єкт не досягає поставленої цілі. Щоб можна було протидіяти таким маніпуляціям, необхідно розуміти логіку функціонування різних соціальних структур та уявляти відповідні для них інтерпретації. Таким чином, категорія представляє собою деякий позитивний ідентифікатор, який в силу своєї загальності може мати різні істинні, або допустимі інтерпретації, які залежні від різних типів соціальних структур [7].

Стереотипи представляють собою в певній мірі розширення метафор. По

суті, стереотип можна розглядати як метафору, яка суттєво розширена текстовими описами інтерпретації тих чинників, які супроводжують відповідну метафору. В цьому сенсі, використання стереотипів для маніпуляції є аналогічним до використання метафор. Відмінність стереотипу від метафори полягає у тому, що він більш тісно пов'язує відповідний образ з реальністю, яка на момент використання стереотипу має місце в оточенні відповідного суб'єкта.

Управління соціальними об'єктами досить активно реалізується засобами масової інформації, до яких відносяться періодичні видання і, тоді, інформація передається суб'єктам в текстовій формі, у вигляді радіопередач і, в цьому випадку, інформація, як засіб впливу, передається також в текстовій формі, але шляхом озвучування відповідного тексту і найбільш ефективна форма передачі інформаційних потоків є телебачення, яке крім звукової форми відображення деякої сутності, використовує графічні та мультимедійні форми передачі інформаційних потоків суб'єктам. Вплив на соціальні об'єкти відповідних форм засобів масової інформації реалізується з використанням всього доступного спектру методів. Окремий засіб може здійснювати більш потужну дію в залежності від кількості доступних форм представлення такої інформації. Для реалізації впливу на соціальні групи в рамках засобів масової інформації, використовується широкий спектр засобів впливу, формування і дія яких ґрунтується на використанні психологічних закономірностей, що характеризують соціальний об'єкт. В переважній більшості засоби масової інформації (*ZMI*) не орієнтуються на окремих суб'єктів, а направлені виключно на їх групи, які складають соціальний об'єкт. Це обумовлюється наступними факторами:

- психологічні параметри соціальних об'єктів є більш простими в своїй модифікації під дією певних інформаційних потоків, що на них направлені,
- психологічні параметри соціального об'єкту є менш стійкі по відношенню до впливу на них інформаційних потоків,
- управління групою є більш ефективним з точки зору охоплення певного соціального середовища тими, чи іншими інформаційними потоками,
- необхідний вплив на соціальні об'єкти в більшій мірі залежить від інтенсивності інформаційного потоку та часу його дії на відповідний об'єкт по відношенню до його дії на окремих суб'єктів,
- виділення соціального суб'єкту в деякому соціальному об'єкті, для цільового впливу на нього, значно простіше ніж виділення необхідного суб'єкту в соціальному середовищі.

Психологічні параметри соціальних об'єктів є більш простими, що в значній мірі робить їх більш розмитими, за рахунок того, що вони представляють собою узагальнення та усереднення певних груп соціальних параметрів окремих суб'єктів, які складають відповідний соціальний об'єкт. Таке усереднення та узагальнення приводить до того, що більш складні

психологічні параметри окремих суб'єктів в рамках такої групи не використовуються у випадках реакції окремими суб'єктами групи на той, чи інший вплив на соціальну групу інформаційного потоку, оскільки тільки той суб'єкт є членом певної соціальної групи, який користується спільними для всіх членів групи засобами аналізу, чи протидії інформаційному потоку. Загальність психологічних параметрів соціального об'єкту обумовлює їх розмірність по відношенню до інших психологічних параметрів, які в певній мірі перекриваються між собою.

- інформаційний потік впливу на соціальний об'єкт характеризується наступними параметрами:
- ефективністю його дії на об'єкт,
- часом дії потоку на об'єкт, який може бути дискретним, чи неперервним на протязі певного періоду,
- розмірами потоку та ціллю його створення,
- адекватністю інформаційної складової потоку соціальному об'єкту,
- швидкістю його дії на соціальний об'єкт.

Ефективність дії потоку залежить від цілого ряду параметрів, що характеризують сам інформаційний потік та цілі, з якою потік направлений на відповідний об'єкт. Для сучасних засобів масової інформації є характерна висока міра невизначеності, що приводить до необхідності формувати їх у вигляді однотипних, з точки зору інформаційного змісту, потоків. Така невизначеність інформаційного потоку в значній мірі визначається невизначеністю, або загальністю цілі функціонування такого потоку.

- час дії потоку, що сформований в засобах масової інформації, в багатьох випадках, визначається досить тривіальними факторами:
- фактори, що не пов'язані з тим, досягнена ціль відповідної дії, чи ні, наприклад, зміна ситуації, яка обумовлює та ініціює той, чи інший потік,
- факторами, які дискредитують змістовну частину інформаційного потоку, наприклад, коли приймається рішення про припинення такої дії незалежно від того, що ціль не досягнуто,
- факторами, що визначають досягнення цілі, або факторами, що визначають принципову неможливість досягнення цілі.

Головною причиною формування будь якого впливу на соціальне середовище є сформульована ціль і обґрунтування необхідності її реалізації. Якщо встановлені причини необхідності такого впливу визначені не достатньо однозначно, то розмір потоку може бути досить великий і на кожному етапі дії окремого фрагмента розв'язується задача визначення ефекту дії потоку. У випадку недостатнього ефекту, розмір потоку, який проектується на період його дії збільшується. Довжина, або розмір потоку не обов'язково пропорціональний часу дії потоку, оскільки його фрагменти, або потік в цілому може циклічно повторятися.

Для засобів масової інформації, адекватність інформаційного потоку з соціальним об'єктом, в більшості випадків, є не адекватна. Це обумовлюється

тим, що формування такого потоку залежить від ряду фахівців, які можуть вносити в його інформаційний зміст фрагменти, які відображають суб'єктивне ставлення відповідних учасників до змісту інформаційного потоку.

Швидкість дії інформаційного потоку на соціальний об'єкт є параметром, який може залежати від багатьох факторів, що безпосередньо діють на соціальні об'єкти, тому його аналіз в рамках функціонування засобів масової інформації не проводиться.

Тісний зв'язок характеру текстової інформації з особливостями суб'єктів і, відповідно, соціальних об'єктів встановлений Є.Геннекемом, який сформулював закони бібліопсихології, що описують, як саме книга впливає на читача [8,9]. Цей вплив полягає у наступному.

1. Вивчення особливостей книги і тих реакцій, які вона викликає в читача, дозволяє зрозуміти особливості різних читачів та читаючих осіб в цілому.
2. Читач реагує на книги: знаючи читача можна зрозуміти, чому він реагує таким, чи іншим чином на книгу, яку читає і які саме письменники є популярними в тих, чи інших культурах, серед різних класів, і хто знаходить серед певних читачів особливий прийом і здобуває титул їхлюбимих героїв.
3. Між читачем, книгою і її автором існує вид психологічного, соціологічного і історичного зв'язку [9].

Відомий психолог Н.А.Рубакін повністю розділяв позиції Є.Геннекеля у власній концепції, щодо цієї позиції. Він стверджував, що на ряду з признанням важливості виявлення індивідуальних і групових особливостей читачів, зміст тексту розглядається і як сукупність семантичних утворень і як стимул до створення тих, чи інших проєкцій у читачів, що сприймають відповідний текст. Під проєкцією розуміється результат сприйняття тексту деяким реципієнтом, а під типом читача розуміється група людей, які однаково сприймають текст.

Приведені положення бдагаторазово перевірялись експериментально на основі використання проєктивних літературних тестів.

З розвитком інформаційних технологій почали широко використовуватися психологічні і лінгвістичні уявлення для побудови інформаційних систем, що орієнтовані на автоматизацію аналізу текстів. Необхідність таких систем обумовлюється на сьогоднішній день, необхідністю стискування розмірів тексту до форми резюме, для створення наукових систем та інше. Психолінгвістичний аналіз знаходить своє використання при необхідності проведення аналізу текстів з ціллю виявлення вербальних ознак емоціонально-суттєвої домінанти. Такий аналіз покладено в основу комп'ютерної психолінгвістичної системи «Психолінгвістичний аналіз тексту» ПАТ, яка проводить психолінгвістичний контент-аналіз не тільки художніх, а і публіцистичних та рекламних текстів. Ця система обраховує частотні характеристики тексту і проводить факторний аналіз на рівні

лексики і фразеології. Програма дозволяє створити частоний словник довільного тексту і визначити його емоційно-сенсовну доміную. В результаті обробки тексту виявляється його емоційно-сенсовна доміюанта і, відповідно, прогнозується можливий вплив цього тексту.

Система ПАТ вбудована, як підсистема, в систему ВААЛ, основним розробником якої є В.І.Шалак. Головне призначення системи ВААЛ полягає у оцінці дії слів і російсько язичних текстів на людину. Сучасний погляд на мову передбачає, що мова може бути ефективним засобом впливу на поведінку людей. В ефективному впливі важливим є не тільки і не стільки логічність і аргументованість мови, скільки емоційальність мовної промови. При цьому, самими важливими виявляються канали впливу, що не контролюються свідомістю. Це визначило необхідність створення системи ВААЛ. Система дозволяє:

- складати тексти виступів, або статей, в тому числі рекламних, з наперед заданими характеристиками впливу на потенційну аудиторію,
- формувати емоційальний імідж політичного діяча, чи іншої публічної особи,
- знаходити назви для нових товарів, які будуть мати емоційний відгук у споживача,
- проводити психіатричний аналіз текстів,
- підсилювати мовний вплив в психо – та гпно- терапевтичних процедурах.

З допомогою ВААЛ можна підсилювати вплив довільних рекламних, пропояндиських і публічних матеріалів. Використання експертної системи ВААЛ з 1993 року підтвердило, що вона може успішно використовуватися для аналізу та корекції впливу текстів на людей в річних галузях, ві політичної до освіти та художньої літератури.

1. *Белянин В.П.* Основы психолінгвистической диагностики. Модели мра в литературе. М.: Тривола, 200.
2. *Белянин В.П.* Психолінгвистика. М.: Флінта. 2004.
3. *Глухов В.П.* Основы психолінгвистики. М.: Астрель, 2005.
4. *Налимов В.В.* Вероятностная модель языка. М.: Кибернетика, 1974.
5. *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. СПб.: Питер, 2005.
6. *Знаков В.В.* Психология понимания и нарративная психология.// Уч. зап. кафедры общей психологии МГУ им. М.В. Ломоносова. М.: Смысл, 2002, с. 37-44.
7. *Остапенко Г.А.* Информационные операции и атаки в социологических системах. М.: Горячая линия – Телеком, 2007. -134 с.
8. *Legouis C.* Positivism and Imagination: Sientism and Jts Limits in Emile Hennequin, Wilhelm Scherer and Dmitrii Pisarev/ Lewisburg: Bucknel University Press, 1997.
9. *Рубакин Н.А.* Психология читателя и книги. М.: Всесоюзная книжная палата. 1977.

Поступила 25.02.2013р.