

КОГНИТИВНАЯ НАУКА

В МОСКВЕ



НОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

МАТЕРИАЛЫ
КОНФЕРЕНЦИИ
2019

Под ред. Е.В. Печенковой, М.В. Фаликман

УДК 159.9
ББК 88.25
К57

Когнитивная наука в Москве: новые исследования. Материалы конференции 19 июня 2019 г. Под ред. Е. В. Печенковой, М. В. Фаликман. – М.: ООО «Буки Веди», ИППиП. 2019 г. – 656 стр.

ISBN 978-5-4465-2346-7

УДК 159.9
ББК 88.25

ISBN 978-5-4465-2346-7

©Авторы статей, 2019

«ЧУЖОЙ СРЕДИ СВОИХ»: ОСОБЕННОСТИ ЗРИТЕЛЬНОГО ПОИСКА ЗНАКОМЫХ И ОПАСНЫХ ОБЪЕКТОВ

А. С. Грачева (1), Е. О. Иванина* (1), Ю. А. Марков (2), Е. С. Горбунова (3)
eoivanina@edu.hse.ru

1 – НИУ ВШЭ, Москва; 2 – Научно-учебная лаборатория когнитивных исследований НИУ ВШЭ, Москва; 3 – Научно-учебная лаборатория когнитивной психологии пользователя цифровых интерфейсов НИУ ВШЭ, Москва

Аннотация. Субкультурным группам зачастую присущ особенный стиль одежды, который позволяет им отделить себя от остального общества, и в итоге он становится отличительной чертой группы и частью общего культурного бэкграунда страны. Но насколько сильно представления о тех или иных субкультурах могут быть укорены в культуре страны? В данной работе был исследован феномен асимметрии зрительного поиска при поиске антропоморфных стимулов, имеющих характеристики, присущие внешнему виду представителей субкультуры «гопников». Были проведены две серии экспериментов, в ходе которых было проверено влияние ознакомленности испытуемых со стимулом, а также то, что стимул мог быть воспринят испытуемыми как потенциально несущий опасность. В целом в представленных результатах было продемонстрировано проявление феномена асимметрии зрительного поиска для антропоморфных объектов и объектов, имеющих стилистические особенности субкультуры «гопников», которое было не сводимо к базовым свойствам стимулов. Таким образом, субкультура «гопников» в современной России воспринимается скорее как имеющая определенные привычные стереотипные особенности, чем как представляющая угрозу.

Ключевые слова: зрительный поиск, асимметрия зрительного поиска, субкультура «гопники», субкультурные исследования, степень знакомства

Введение

Зрительный поиск является одним из важнейших компонентов зрительно-восприятия, и многие его механизмы были изучены за последние десятилетия (Treisman, Souther, 1985; Wolfe, 1994, 2001).

Одними из феноменов, присущих зрительному поиску, являются асимметрия и эффект «выскакивания», впервые показанные Трейсмэн и Саутер в 1985 году (Treisman, Souther, 1985). Базовые свойства, такие как новизна, форма и цвет стимула, а также эмоциональная окраска стимулов, могут влиять на восприятие. Знакомость стимула и дистрактора также, наряду с новизной стимула, влияет на эффективность зрительного поиска: знакомые дистракторы

позволяют быстрее находить как знакомые, так и новые цели (Cavanagh et al., 1994). Кроме того, потенциально опасные стимулы оказывают эффект «выскакивания» — например, гневное лицо находится быстрее лиц со спокойным или счастливым выражением (Hansen, Hansen, 1988; Pinkham et al., 2010).

Одна из известных социальных групп — молодежная субкультура «гопников» — была широко представлена в 1990-х и ранних 2000-х годах, и с этого времени закрепилась в общих культурных представлениях россиян не только благодаря непосредственному столкновению с ее представителями, но и через обширное освещение данной субкультуры через медиа, где стереотипная фигура гопника со всеми присущими ей атрибутами встречается до сих пор. Гопники, как и многие другие субкультуры, имеют определенный стиль одежды, а также отличаются агрессивным поведением к окружающим (Гаврилюк, 2010).

Но насколько представления о гопниках влияют на работу восприятия и превалирует ли среди этих представлений знание о стилистических особенностях внешнего вида гопника или об агрессивном поведении представителей данной группы?

Методы

В эксперименте 1 участвовало 24 человека (19 женщин, возраст: 18–22, $M = 19.37$, $SD = 1.40$) с нормальным и скорректированным очками или линзами зрением, все испытуемые были русскоговорящими. В эксперименте 2 — также 24 человека (21 женщина, возраст: 18–23, $M = 19.45$, $SD = 1.06$) с нормальным и скорректированным до нормального зрением, все испытуемые были русскоговорящими.

Дизайн эксперимента. В эксперименте 1 были использованы векторные изображения в виде силуэта человека с вертикальными (в стиле «гопников», рис. 1А) или горизонтальными (рис. 1В) полосками на штанах той же длины и на одном и том же месте. Испытуемым необходимо было искать целевой стимул (это был либо человек с горизонтальными полосками, либо с вертикальными в зависимости от сессии). Размер каждого изображения составлял $0.59^\circ \times 2.1^\circ$. Количество предъявляемых испытуемым объектов было разным — по 3, 6, 9 или 12 стимулов в каждом предъявлении. Перед началом основного эксперимента предъявлялась тренировочная сессия.

Эксперимент 2 был проведен для проверки результатов эксперимента 1 и контроля побочных переменных, связанных с более низкоуровневыми процессами и различием в зрительном поиске между вертикальными и горизонтальными линиями.

Процедура эксперимента 2 полностью повторяла процедуру эксперимента 1, за исключением того, что в качестве стимулов были использованы изображения полосок (горизонтальных и вертикальных) без фигуры человека, идентичные тем, что были в эксперименте 1 на антропоморфных стимулах.

Результаты

В эксперименте 1 было показано, что феномен асимметрии зрительно-го поиска проявляется для антропоморфных стимулов без стилевых особенностей субкультуры «гопников» и стимулов, имеющих стилевые особенности

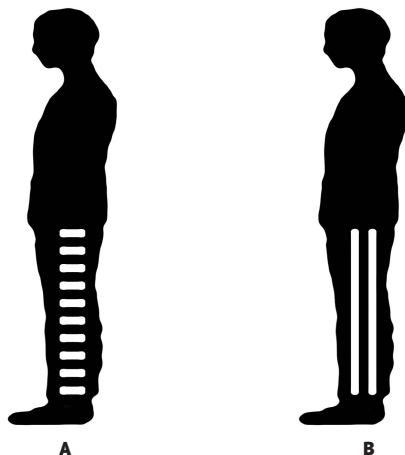


Рисунок 1. Примеры стимулов (А — человек с горизонтальными полосками на штанах, В — человек с вертикальными полосками на штанах)

гопника. Антропоморфные объекты с горизонтальными полосками находились быстрее, чем гопникоподобные объекты (с вертикальными полосками), что свидетельствует о стандартном проявлении асимметрии для знакомых дистракторов (Wolfe, 2001), и не связано с восприятием данного стимула как опасного, так как в этом случае наблюдалась бы обратная закономерность. Результаты представлены на рис. 2.

Для самих изображений горизонтальных и вертикальных полосок не было найдено значимых различий для всех четырех наборов стимулов, что свидетельствует о том, что различия для антропоморфных объектов не связаны с более низкоуровневыми процессами (рис. 3).

Заключение

В нашем исследовании было подтверждено предположение о влиянии сложных культурно значимых стимулов, имеющих стилевые особенности субкультуры «гопников», на зрительный поиск. На данный момент гопники в обыденном представлении воспринимаются скорее как знакомая группа, чем как потенциально опасная.

В результате повторения экспериментальной процедуры, но уже с типом рисунка отдельно (вертикальными или горизонтальными полосками), было показано, что полученный в первом эксперименте эффект не может быть объяснен более низкоуровневыми процессами зрительного поиска геометрических стимулов.

Таким образом, было выявлено, что даже такие сложные и специфичные для определенной культуры образы оказывают непосредственное влияние на процессы зрительного поиска.

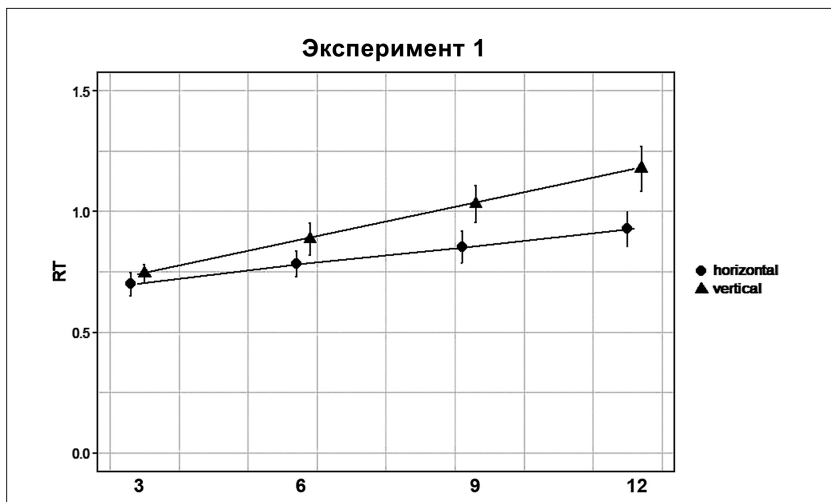


Рисунок 2. Среднее время реакции для четырех разных наборов стимулов (3, 6, 9, 12) и двух разных типов рисунка на объектах (*вертикальный* – вертикальные полосы, *горизонтальный* – горизонтальные полосы)

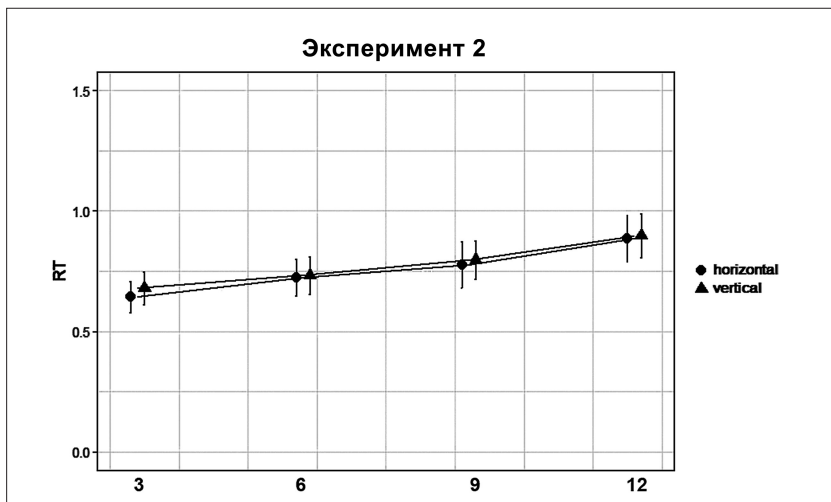


Рисунок 3. Среднее время реакции для четырех разных наборов стимулов (3, 6, 9, 12) и двух разных типов рисунка на объектах (*вертикальный* – вертикальные полосы, *горизонтальный* – горизонтальные полосы)

Литература

Гаврилюк В. В. Гопники как феномен в среде молодежи // Социологические исследования. 2010. Т. 1. С. 126 – 131.

Hansen C. H., Hansen R. D. Finding the face in the crowd: An anger superiority effect // Journal of Personality and Social Psychology. 1988. Vol. 54. No. 6. P. 917 – 924. doi:10.1037/0022-3514.54.6.917

Pinkham A. E., Griffin M., Baron R., Sasson N. J., Gur R. C. The face in the crowd effect: Anger superiority when using real faces and multiple identities // Emotion. 2010. Vol. 10. No. 1. P. 141 – 146. doi:10.1037/a0017387

Treisman A., Souter J. Search asymmetry: A diagnostic for preattentive processing of separable features // Journal of Experimental Psychology: General. 1985. Vol. 114. No. 3. P. 285 – 310. doi:10.1037/0096-3445.114.3.285

Wang Q., Cavanagh P., Green M. Familiarity and pop-out in visual search // Perception & Psychophysics. 1994. Vol. 56. No. 5. P. 495 – 500. doi:10.3758/bf03206946

Wolfe J. M. Asymmetries in visual search: An introduction // Perception & Psychophysics. 2001. Vol. 63. No. 3. P. 381 – 389. doi:10.3758/bf03194406

Wolfe M. Visual search in continuous, naturalistic stimuli // Vision Research. 1994. Vol. 34. No. 9. P. 1187 – 1195. doi:10.1016/0042-6989(94)90300-x

“ODD MAN OUT”: VISUAL SEARCH FOR FAMILIAR AND DANGEROUS OBJECTS

A. S. Gracheva (1), E. O. Ivanina* (1), Yu. A. Markov (2), E. S. Gorbunova (3)
eoivanina@edu.hse.ru

1 – National Research University Higher School of Economics, Moscow;
2 – Laboratory for Cognitive Research, National Research University Higher School of Economics, Moscow; 3 – Laboratory for Cognitive Psychology of Digital Interfaces User, National Research University Higher School of Economics, Moscow

Abstract. Subcultures frequently tend to have some distinct fashion style, which allows them to distinguish themselves from the surrounding society and eventually becomes their “trademark” and a part of the common knowledge of one’s cultural background. To what extent might these characteristics of certain subcultures be intertwined with the wider cultural heritage? In this study, we examined the phenomenon of visual search asymmetry for anthropomorphic stimuli with gopnik-like features. Two experiments were conducted in order to investigate the familiarity and threatening effects of these objects in a visual search. The results of the current study demonstrate visual search asymmetry for man-like and gopnik-like objects, which could not be explained by the basic features differences of these stimuli. Thus, it is suggested that the subculture of “gopniks” in modern Russia is represented as a familiar group with commonly known stereotypic features, rather than something dangerous.

Keywords: visual search, visual search asymmetry, gopniks, subculture studies, familiarity