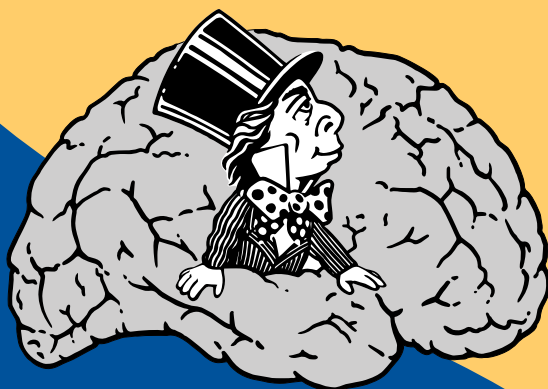


КОГНИТИВНАЯ НАУКА

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

ВЛИЯЕТ ЛИ СОДЕРЖАНИЕ ЛОЖНЫХ ВОСПОМИНАНИЙ НА ЧАСТОТУ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ?

А. К. Кузьмичева*, В. Ф. Спиридонов

ann.k.kuzm@gmail.com

Лаборатория когнитивных исследований, Факультет психологии
Института общественных наук ФГБОУ ВПО РАНХиГС, Москва

Аннотация. Ложные воспоминания уже много лет выступают предметом внимания когнитивных психологов. Однако за пределами анализа остались многие важные условия возникновения подобных воспоминаний. Мы постарались экспериментально ответить на вопрос, будет ли влиять содержание ложных воспоминаний на частоту возникновения этого эффекта? Для этого была использована модифицированная методика Редигера – Макдермот, с помощью которой мы пытались сформировать ложные воспоминания у наших испытуемых-студентов, а также выяснить, затронут ли подобные воспоминания значимые для испытуемых предметы (гаджеты и способы их использования). Результаты показали сформированность ложных воспоминаний, а также подтвердили нашу гипотезу. Однако оказалось, что все типы лексики, связанной с одной из использованных ситуаций («экзамен»), выступают как существенно более «заметные» (независимо от их реального присутствия в экспериментальном списке). Такая структура результатов требует дополнительных исследований с целью проверки возможных альтернативных объяснений.

Ключевые слова: ложные воспоминания, гаджеты, мнемический эффект Google, методика Редигера – Макдермот

Проблема

Ложные воспоминания давно являются предметом экспериментальных исследований (Loftus, 1997, 2003). И хотя были изучены некоторые факторы, влияющие на возникновение ложных воспоминаний (см., например, Loftus, 2003; Spagrow et al., 2011), за пределами анализа остались многие важные условия, которые потенциально могут повлиять на возникновение и выраженность названного феномена.

Проблема данного исследования заключалась в следующем: будет ли влиять содержание ложных воспоминаний на частоту возникновения этого эффекта?

В качестве тематики ложных воспоминаний были выбраны *гаджеты* (в эксперименте мы использовали ряд понятий, непосредственно связанных с ними и их использованием), поскольку они крайне актуальны в жизни совре-

менного человека: удобно-носимые электронные устройства используются как для решения привычных задач, так и в ситуации стресса и неопределенности. Кроме того, мы надеялись проверить существование мнемического эффекта Google (Sparrow et al., 2011) с помощью более строгой экспериментальной процедуры, чем была использована в оригинальной статье.

Мнемический эффект Google, как показано в цитированной статье (в которой он, собственно, впервые был обнаружен и поименован), состоит из нескольких до некоторой степени связанных эффектов. Испытуемые: 1) скорее вспоминают о поисковых программах (Google, Yahoo) в ситуации необходимости ответа на сложный вопрос (эксп. 1); 2) хуже запоминают информацию, когда предупреждены, что она будет сохранена на компьютере, и лучше — если рассчитывают только на собственную память (эксп. 2, 3); 3) лучше запоминают место, куда они сохранили информацию на жестком диске, чем саму эту информацию (эксп. 4). Предложенное там же объяснение основывается на предположении о том, что из-за существенной интеграции в жизнь человека компьютеров и компактных гаджетов с удобным поиском информации в интернете испытуемые будут больше склонны опираться не на собственную память, а скорее на свое убеждение, что доступное устройство все знает (или все запомнит) за них. Сама тема внедрения гаджетов в структуру человеческого познания и его перестройки становится все более популярной. Поэтому мы решили проверить, имеет ли место мнемический эффект Google (его аналог) на материале, связанном с гаджетами.

Методика и процедура

Методика, выбранная для проведения настоящего исследования, представляла собой методику Редигера – Макдермот (Roediger, McDermott, 1995), модифицированную с учетом метода «Да – Нет», разработанного в рамках Теории обнаружения сигнала. Стимульный материал содержал две ситуации, каждая из которых была задана списком слов (по 20 существительных в каждом). Список слов представлялся испытуемым на слух с интервалом в одну секунду. После чего им предлагалось отметить в опросном листе, было ли каждое из указанных в нем слов в исходном списке. Та же процедура производилась и со вторым списком слов (опросные листы для обеих ситуаций были идентичными). Эксперимент проводился в небольших группах; порядок предъявления списков варьировался. Испытуемые ($N=80$) — студенты московских вузов. Две ситуации — прогулка и экзамен — были выбраны нами, поскольку одна из них представляет собой сильное стрессогенное событие, а вторая — нет. Кроме того, именно ситуация экзамена послужила материалом для обнаружения мнемического эффекта Google в цитированной выше статье.

Слова, включенные в опросный лист, делились на четыре категории. Во-первых, 20 существительных, которые встречались в исходных списках (по 10 для каждой ситуации). Во-вторых, 10 существительных, которые ассоциировались со словами из списка, но не были исходно предъявлены (по 5 для каждой ситуации). В-третьих, 10 синонимов (по 5 для каждой ситуации) к ключевому слову. И наконец, собственно, слова «прогулка» и «экзамен».

Также к списку были добавлены 4 слова, обозначающие названия (например, «смартфон») или же функции (например, «интернет») широко распространенных гаджетов.

Предполагалось, что слова из категории «гаджеты» при предъявлении списка слов, относящихся к ситуации экзамена, будут «вспоминаться» чаще, чем при предъявлении списка слов, относящихся к ситуации прогулки, поскольку экзамен предполагает стрессовую обстановку и использование гаджета в качестве способа ослабления напряжения (скажем, для возможного списывания или поиска ответа на трудный вопрос). В случае своего реального существования мнемический эффект Google (как минимум в форме первого своего компонента) и должен проявляться подобным образом. Пользователи гаджетов привыкли больше ориентироваться не на собственные ресурсы памяти, а на внешние хранилища в виде удобно носимых устройств. Из-за этого лексика, относящаяся к этим многофункциональным электронным девайсам, будет восприниматься испытуемыми как связанная с ситуациями, где они могут оказать существенную помощь (в нашем случае это «экзамен»), что приведет к большому количеству сформировавшихся ложных воспоминаний. Это значит, что у испытуемых в соответствующих пробах будет большее количество ложных тревог (если описывать эту ситуацию в терминах ТОС).

Результаты и обсуждение

Структура результатов оказалась сложнее, чем мы предполагали. Наши испытуемые значимо точнее запомнили слова, входившие в список, связанный с ситуацией экзамена, по сравнению со словами на тему прогулки. Количество правильных ответов было значимо больше ($\chi^2 = 33.88$, $p < .001$). При этом для этой ситуации был обнаружен сильный эффект ложных воспоминаний: 95% испытуемых указало, что слово «экзамен» было в исходном списке (по сравнению с 43% для «прогулки»). Очень показательным в этом случае сравнение результатов, полученных с помощью метода «Да – Нет»: слово «прогулка» $d' = 0.727$, $\ln b = -0.526$; слово «экзамен» $d' = 0.05$, $\ln b = 0.082$. Видно, что чувствительность к слову «экзамен» практически равна 0, то есть испытуемые не различают этот сигнал на фоне шума.

Также мы обнаружили подтверждение нашей гипотезы: слова, связанные с темой гаджетов, в ситуации экзамена вспоминались значимо чаще ($\chi^2 = 38.4$, $p < .001$). Однако также оказалось, что подобный эффект – большее количество ложных тревог для ситуации экзамена, чем для ситуации прогулки, – характерен и для двух оставшихся типов лексики: для ассоциаций со словами из списка ($\chi^2 = 29.37$, $p < .001$) и синонимов ключевых слов ($\chi^2 = 86.42$, $p < .001$).

Таким образом, наши результаты свидетельствуют о том, что лексика, связанная с ситуацией экзамена, по-видимому, именно в силу ее высокой эмоциональной напряженности и важности для наших испытуемых-студентов выступает как существенно более значимая (независимо от реального присутствия таких слов в исходном списке). Это значит, что мнемический эффект Google (его аналог), полученный на сходном с цитированной статьей (Sparrow et al., 2011) материале и на той же категории испытуемых, может

иметь тривиальное объяснение, никак не связанное с феноменом гаджета. Эта альтернативная гипотеза, равно как и само существование ложных воспоминаний о гаджетах, требует экспериментальной проверки, а вопрос, вынесенный в заглавие, пока остается без ответа.

Литература

Loftus E. F. Creating false memories // *Scientific American*. 1997. Vol. 277. No. 3. P. 70–75. doi:10.1038/scientificamerican0997-70

Loftus E. F. Our changeable memories: Legal and practical implications // *Nature Reviews Neuroscience*. 2003. Vol. 4. No. 3. P. 231–234. doi:10.1038/nrn1054

Roediger H.L.L., McDermott K. B. Creating false memories: Remembering words not presented in lists // *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*. 1995. Vol. 21. No. 4. P. 803–814. doi:10.1037/0278-7393.21.4.803

Sparrow B., Liu J., Wegner D. M. Google effects on memory: Cognitive consequences of having information at our fingertips // *Science*. 2011. Vol. 333. No. 6043. P. 776–778. doi:10.1126/science.1207745

DOES THE CONTENT OF FALSE MEMORIES AFFECT THE FREQUENCY OF THEIR OCCURRENCE?

A. Kuzmicheva*, V. Spiridonov

ann.kuzm@gmail.com

Cognitive Research Lab, RANEPА, Moscow

Abstract. False memories have been a research subject of cognitive psychologists for many years. However, many important conditions for the occurrence of such memories remain outside of analysis. We tried to answer the question: will the content of false memories affect the frequency of this effect? To do so, we used a modified Roediger-McDermott paradigm, with which we tried to form false memories in our participants. We also aimed to find out whether such memories would affect important topics for the participants (gadgets and how to use them). The results demonstrated the formation of false memories and confirmed our hypothesis. However, it turned out that all types of words associated with one of the situations used (“the exam”) acted as significantly more “salient”, regardless of their real presence in the original list. This structure of results requires further research to verify possible alternative explanations.

Keywords: false memories, gadgets, Google-memory effect, Roediger-McDermott paradigm