

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»

На правах рукописи



Морозов Максим Игоревич

**МЕХАНИЗМЫ ВЛИЯНИЯ ВЕРБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ НА
ЗРИТЕЛЬНЫЙ ПОИСК**

**Специальность: 5.3.1– «Общая психология, психология личности,
история психологии»**

Аннотация

по диссертации на соискание учёной степени кандидата психологических наук

Научный руководитель:
Доктор психологических наук,
профессор
Спиридонов Владимир Феликсович

Аннотация

по диссертации на соискание учёной степени кандидата психологических наук Морозова Максима Игоревича «Механизмы влияния вербальной информации на зрительный поиск».

В современной когнитивной психологии внимания наблюдаются два тренда. Первым трендом является общий для когнитивной науки запрос на увеличение экологической валидности проводимых экспериментов. В исследованиях зрительного поиска этот тренд выражается, в частности, в изучении роли категориального названия целевого объекта в процессе осуществления зрительного поиска. Цель зрительного поиска в реальной жизни чаще всего задается с помощью её категориального названия. Эта ситуация значительно отличается от лабораторного эксперимента, в котором цель поиска чаще всего задаётся с помощью точного изображения целевого объекта. Эксперименты, более приближенные к повседневным условиям, содержат больше переменных, а значит, требуют и более сложных теоретических моделей для объяснения полученных результатов. Именно поэтому предыдущие теоретические модели зрительного поиска не вполне подходили для объяснения механизмов влияния категориального названия целевого объекта на процесс зрительного поиска.

Вторым трендом современной когнитивной психологии внимания является развитие теории управляемого поиска (Wolfe, 2021) в сторону комплексной модели, которая бы описывала механизмы зрительного поиска в разных условиях в рамках единой теории. Следуя этим трендам, нами было проведено исследование влияния категориального названия целевого объекта на процесс зрительного поиска.

Согласно современным теоретическим представлениям, зрительный поиск состоит из двух процессов: гайденса и верификации цели. Процесс гайденса представляет собой отбор объектов-кандидатов по их перцептивному сходству с целевым объектом. Процесс верификации цели представляет собой сравнение отобранных объектов-кандидатов с репрезентацией (шаблоном)

целевого объекта для установления того, который из объектов-кандидатов является целевым. На сегодняшний день в данной исследовательской области не существует теоретической модели, которая бы описывала механизм влияния категориального названия целевого объекта на процесс верификации цели в ходе зрительного поиска. Предыдущие исследования были преимущественно сосредоточены на изучении влияния категориального названия целевого объекта на процесс гайденса. Наша работа закрывает данный пробел и посвящена проблеме того, каким образом категориальное название целевого объекта влияет на процесс верификации цели в ходе зрительного поиска.

В результате проведенного теоретического анализа и серии экспериментов нами было установлено следующее.

1. Выделены две группы механизмов влияния категориального названия целевого объекта на обработку информации в процессе выполнения зрительного поиска. Первая группа механизмов влияния категориального названия целевого объекта соотнесена с процессом гайденса. Установлено, что это влияние носит опосредованный характер. В условиях, когда цель поиска задаётся при помощи ее категориального названия, его влияние на процесс гайденса будет опосредованно зрительными признаками наиболее типичного представителя целевой категории. В условиях, когда выполнение задачи требует интеграции зрительной и вербальной информации, влияние категориального названия целевого объекта опосредованно предварительной обработкой предъявленных стимулов и их активацией в долговременной памяти.
2. Установлено отсутствие влияния категориального названия целевого объекта на удержание направляющего шаблона
3. В рабочей памяти в процессе выполнения задачи зрительного поиска, вследствие высокой способности рабочей памяти к приоритезации

направляющего шаблона над другими репрезентациями, хранящимися в рабочей памяти в процессе выполнения поиска.

4. Вторая группа механизмов была соотнесена с процессом верификации цели. В ходе анализа литературы была выявлена недостаточная степень исследованности данных механизмов. Также была поставлена проблема влияния категориального названия целевого объекта на процесс верификации цели при выполнении задачи зрительного поиска.
5. Предложен вариант решения поставленной проблемы, сформулированный в виде теоретической модели, описывающей механизм влияния категориального названия целевого объекта на процесс верификации цели. Согласно данной модели, влияние категориального названия целевого объекта на процесс верификации цели заключается в снижении интерференции между шаблоном цели и другими репрезентациями, хранящимися в активированной долговременной памяти. Снижение интерференции происходит благодаря дополнительной активации шаблона цели, возникающей при использовании его категориального названия.
6. Однако эта модель не получила эмпирического подтверждения. Активация категориального названия целевого объекта, наоборот, приводит к увеличению времени верификации. Данный эффект был показан как для категориальных названий, которые не были известны испытуемым заранее и были выучены в рамках эксперимента, так и для категориальных названий известных испытуемым заранее. Также было обнаружено, что удержание в памяти слов, семантически связанных с шаблоном цели не оказывало влияния на процесс верификации целевого объекта.
7. На основании анализа полученных результатов были сделаны следующие модификации предложенной теоретической модели. Было выделено два условия, при наличии которых между шаблоном цели и репрезентациями, удерживаемыми в АДП в ходе выполнения задачи

зрительного поиска, будет возникать интерференция. Первым условием является наличие у репрезентации перцептивного формата кодирования. Вторым условием является наличие у этих репрезентаций ассоциативной или семантической связи с шаблоном цели. Для возникновения интерференции оба эти условия должны выполняться одновременно.

8. На основании проведенных теоретических и экспериментальных исследований был сформулирован ответ на поставленную проблему. Влияние вербальной информации на процесс верификации цели в ходе зрительного поиска заключается в активации перцептивной репрезентации наиболее типичного представителя целевой категории. Благодаря своей связи с шаблоном цели эта репрезентация также, как и шаблон цели, находится в активированном состоянии, из-за чего между этой репрезентацией и шаблоном цели возникает интерференция. Это приводит к замедлению процесса верификации целевого объекта.