

Беглость переработки речевого стимула и интенсивность переживания веселья и гордости

Ю.Е. КРАВЧЕНКО*,
РАНХиГС, Москва, Россия, asunaro@mail.ru

Доминирующее объяснение большей симпатии к знакомым объектам по сравнению с новыми (эффекта симпатии к знакомому) предполагает, что позитивное переживание возникает благодаря сокращению усилий на переработку информации о знакомом объекте (беглости переработки). В статье описываются результаты двух экспериментов, в которых проверяется гипотеза о том, будет ли большая беглость переработки информации о стимулах сопровождаться большей интенсивностью симпатии и других позитивных переживаний — гордости и веселья. В первом эксперименте участники (n = 98) должны были опознать 10 словищ, часть из которых они узнавали сходу (высокая беглость переработки), а над некоторыми надолго задумывались (низкая беглость). Необходимо было выбрать те из них, угадыванием которых участники бы похвастались перед друзьями, а также ранжировать их зашифрованные формулировки — от наиболее понравившейся до наименее. Во втором исследовании участники (n = 55) попарно сравнивали забавные цитаты из школьных сочинений, которые предварительно были разделены на группы по сложности (чем проще, тем выше беглость переработки по критерию количества времени, затрачиваемого на выполнение задания по результатам пилотажа (n = 15)). Необходимо было указать, какая из цитат забавнее, и выделить те, которые вообще не вызвали никакого позитивного отклика у участников. Все результаты свидетельствуют в пользу контр-гипотезы исследования: именно более низкая беглость переработки стимулов связана с большей интенсивностью переживания гордости и веселья, несмотря на то, что связь симпатии и беглости переработки подтвердилась в первом эксперименте. Вывод: беглость переработки информации связана с переживанием симпатии к стимулам, но не других позитивных эмоций

Ключевые слова: эффект симпатии к знакомому, беглость переработки информации, эмоции, позитивный аффект, юмор, гордость.

Для цитаты:

Кравченко Ю.Е. Беглость переработки речевого стимула и интенсивность переживания веселья и гордости // Социальная психология и общество. 2017. Т. 8. № 4. С. 91–106. doi:10.17759/sps.2017080407

* Кравченко Юнна Евгеньевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте РФ (РАНХиГС), Москва, Россия, asunaro@mail.ru

Введение

Предметом обсуждения в данной статье являются положительные эмоции. Большинство эмоциональных эпизодов в жизни человека происходят в социальных либо в квазисоциальных ситуациях (т. е. связанных с действиями третьих лиц). Особенно справедливо это наблюдение в отношении положительных эмоций. Если некоторые люди могут любить неодушевленные объекты наравне с одушевленными, то симпатизировать можно только живым существам, гордость предполагает доказательство своего превосходства над конкурентом, точно так же как веселье и юмор в большинстве случаев предполагают наличие собеседника [3].

Начиная с самых первых теорий эмоций, в качестве источника удовольствия, сопровождающего позитивные переживания, исследователи называют определенные выгоды, обеспечивающие благополучие организма. К ним относятся: получение дополнительных ресурсов, удовлетворяющих потребности организма, а также экономия усилий, направленных на переработку воздействия окружающей среды. Классическим примером позитивного переживания, обусловленного экономией усилий, выступает эффект симпатии к знакомому (*mere-exposure effect*).

Суть эффекта симпатии к знакомому в том, что знакомый (ранее виденный) стимул воспринимается человеком более позитивно, чем аналогичный стимул, который он видит впервые. Систематическое изучение данного эффекта связано с работами Р. Зайонц. Он показал, что повторно предъявляемые стимулы (слова, неосмысленные последовательности букв, иероглифы, символы, картинки, фотографии экспрессии) оцениваются

как более симпатичные, приятные, предпочитаемые в задачах принудительного выбора. В прайминговых исследованиях Р. Зайонц показал, что данный эффект возникает и даже более выражен в том случае, когда возможность осознанного узнавания исключается чрезмерно быстрым (тахистоскопически) способом предъявления стимулов [6; 8]. Эффект устойчив также в том случае, когда в качестве стимулов использовались заведомо неосмысленные для испытуемых изображения (картинки и иероглифы). Эти данные позволили Р. Зайонцу обосновать гипотезу аффективного превосходства, согласно которой простые эмоциональные оценки (по принципу «нравится/ не нравится») возникают на ранних этапах восприятия стимулов и практически не требуют их когнитивной переработки [18]. Дальнейшие исследования подтвердили воспроизводимость эффекта на различных видах стимуляции, у представителей разных культур, при психических нарушениях (при амнезиях [15], шизофрении [9], болезни Альцгеймера [14], посттравматическом стрессовом расстройстве [12]).

Для объяснения эффекта используется несколько идей, но основной является идея о перцептивной беглости. Суть ее в том, что при когнитивной обработке новых и знакомых стимулов на переработку информации о знакомых стимулах уходит меньше усилий, ведь эти процессы идут не с нуля, как в случае с новыми стимулами. То есть знакомство со стимулом обеспечивает более высокую беглость когнитивной переработки информации о них, и такое «облегчение» процесса переработки переживается позитивно, как симпатия в отношении таких стимулов [13; 16]. Данная модель дает простое и элегантное объяснение связи позитивно-

го переживания и чувства знакомства со стимулом. Кроме того, есть подтверждение обратного следствия из этой модели. Выяснилось, что если обеспечить стимулу позитивную эмоциональную окраску, то беглость переработки информации о нем повышается [7]. Исследователи объясняют это тем, что позитивная информация перерабатывается более поверхностно [11; 16; 17]

В дальнейшем исследователи применили идею о влиянии беглости на вынесение суждений, таких как оценка симпатии к объекту, степени знакомства с ним (*familiarity*), модифицируя условия, обеспечивающие беглость переработки информации. Для этого они использовали семантический прайминг, обеспечивая более быструю категоризацию стимулов (или концептуальную беглость — *conceptual fluency*), упрощали его визуальное восприятие (*perceptual fluency*) и в ряде исследований — фонологию (*linguistic fluency*). Во всех случаях фиксировалось изменение суждений относительно стимулов в связи с изменением беглости [см. обзор: 5]. В центре внимания в этих исследованиях находится связь беглости с функционированием познавательных процессов, таких как память, восприятие, оценка, построение суждений. Тогда как эмоциональным процессам уделяется существенно меньший интерес.

В излагаемом далее исследовании описываются результаты применения идеи о беглости переработки информации для объяснения позитивных переживаний — гордости и веселья. По аналогии с эффектом симпатии к знакомому гипотеза предполагает, что меньшее количество усилий, направленных на обработку эмоционального стимула (т. е. более высокая беглость переработки),

будет связано с большей интенсивностью переживания гордости и веселья.

Исследование гордости

В случае гордости подтверждение данной гипотезы означало бы, что человек гордится тем, как легко справился с поставленной задачей, и испытывает меньшую гордость, если ощущает, что для решения задачи ему необходимо приложить усилия.

Процедура

Испытуемые должны были за 10 мин опознать 10 пословиц, зашифрованных по схеме, описанной в инструкции: «Перед вами список крылатых выражений. Только все слова в них изменены на в чем-то противоположные. Например, для выражения “трусость деревни отдает” правильным ответом будет “смелость города берет”. Слова идут в той же последовательности, что и в загаданной пословице. За 10 минут нужно угадать как можно больше пословиц. Свои ответы записывайте в специально отведенных местах рядом с загаданной пословицей. Это задание нельзя выполнить автоматически, даже если знать все пословицы, тут нужна еще и догадка». Пример стимульного материала с ответами представлен в табл. 1. Данный материал использовался в предыдущем исследовании [2] и зарекомендовал себя в этом качестве. На данном материале удобно экспериментально усиливать или ослаблять переживание гордости с помощью дополнительных воздействий, в частности, инструкций. Кроме того, по нашим данным, такие задания не вызывают интерферирующих переживаний — тревоги, стыда или агрессии по поводу неуспеха или веселья по поводу успеха.

Стимульный материал: задания для отгадывания

| Выражение для отгадки | Правильный ответ |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| Безделье любителя пугает | Дело мастера боится |
| Все собаке колбаса | Не все когу масленица |
| На стоячее дерево земля катится | Под лежачий камень вода не течет |
| Чем ближе поле, тем меньше углей | Чем дальше в лес, тем больше дров |
| Сытость уходит, когда не ешь | Аппетит приходит во время еды |
| С ленью вылезает кит в море | Без труда не вытащишь рыбку из пруда |
| Засунь руки в свое безделье | Не суй нос в чужое дело |
| Длинный – брат бездарности | Краткость – сестра таланта |
| С работой утопит слона в пустыне | Без труда не вытащишь рыбку из пруда |
| Маленькой бутылке мало утонуть | Большому кораблю большое плавание |

В наборе пословиц пословица «Без труда не вытащишь рыбку из пруда» загадана дважды по-разному для того, чтобы проверить, возникнет ли эффект симпатии к знакомому в том случае, когда два исходно разных стимула перерабатываются до одного и того же результата. Испытуемые предупреждались о том, что они встретят одну пословицу, загаданную дважды по-разному.

По истечении 10 мин. испытуемых останавливали и оглашали правильные ответы, участники ставили «+» или «-» рядом со своими ответами, чтобы исключить сомнения в правильности ответа. Далее их просили выписать номера пословиц, которые они угадали, не задумываясь, а после этого — те, над которыми они задумались надолго. Понятие «надолго» не определялось, участникам предлагалось ориентироваться на их ощущения. Таким образом, из 10 пословиц участники самостоятельно выделяли произвольное количество тех, на которые было потрачено мало усилий, и тех, на угадывание которых было потрачено ощутимое количество усилий. Также были пословицы, не попавшие ни в одну из этих категорий, т. е. угаданные за оптимальное количество времени.

После этого участников просили указать номера пословиц, разгадыванием которых они бы похвастались перед друзьями, либо похвастались бы, если бы смогли их угадать. Как прокомментировала одна из участниц: «рассказала бы маме». Таким образом, выявлялись пословицы, по поводу которых участники испытывали гордость независимо от успешности выполнения задания.

И наконец, участников просили ранжировать измененные формулировки пословиц, начиная с той, которая нравится больше всех других, и заканчивая той, которая нравится меньше всех. Это задание представляет собой расширенную задачу вынужденного выбора наподобие тех, которые использовал Р. Зайонц для оценки симпатии в адрес стимулов.

Испытуемые: 98 студентов-психологов 1 курса дневного (32 человека) и 1 курса второго высшего отделения (РГГУ и РАН-ХиГС), возраст от 17 до 41 года ($m = 21,7$), из них 13 мужского пола. Данные собраны в ноябре–декабре 2016 г.

Результаты

В целом, участники успешно справились с задачей опознания пословиц,

разброс правильных ответов от 2 до 10 ($m = 6,6$). Среднее количество пословиц, которые испытуемые узнали сходу 3,50; над которыми надолго задумались — 3,46. Остальные пословицы опознавались, по ощущениям испытуемых, оптимальное количество времени — не сходу, но и без долгих раздумий.

Для того чтобы удостовериться, что на задачах опознания пословиц высокая беглость переработки информации связана с высокой симпатией к стимулу, сравнивались средние ранги пословиц, узнанных сходу (высокая беглость переработки), и пословиц, над которыми, по ощущениям участников, им пришлось надолго задуматься (низкая беглость). Для проверки гипотезы сравнивались ранги пословиц, указанных как повод для гордости, среди пословиц, опознанных сходу, и среди тех, над которыми пришлось задуматься. Распределение данных соответствует нормальному (критерий Колмогорова—Смирнова), поэтому достоверность различий оценивалась с помощью t -критерия Стьюдента для связанных выборок. Результаты представлены в табл. 2.

Разные шкалы (одна шкала прямая, а другая — обратная) применялись специ-

ально с целью получения достоверных результатов, т. е. чтобы быть уверенными в том, что участники читали обозначения шкал, а не ставили оценки автоматически около одного полюса. По приведенным в табл. 2 данным видно, что участники полностью выполняли инструкцию, как положено, не «на автопилоте».

Результаты свидетельствуют о том, что при высокой беглости переработки информации стимулы имеют более высокий средний ранг привлекательности (нравится/не нравится), т. е. симпатия к ним выше. Однако средняя частота упоминания пословицы в качестве повода для гордости при высокой скорости переработки информации значимо ниже, чем при низкой скорости переработки информации.

Сравнение рангов привлекательности двух разных формулировок, отгадкой которых была одна и та же пословица (только у тех, кто в обоих случаях дал правильный ответ), показало отсутствие значимых различий (критерий Вилкоксона).

Интерпретация результатов

Среднее количество правильных ответов чуть выше среднего по шкале при соответствии распределения ответов

Таблица 2

Различия в интенсивности переживания симпатии и гордости при высокой и низкой беглости переработки информации

| Беглость переработки пословиц | Шкалы эмоций | |
|--|---|---|
| | Гордость. Средний ранг (чем выше значение, тем выше гордость) | Симпатия. Средний ранг (чем ниже значение, тем выше симпатия) |
| Пословицы, угаданные сходу | 0,21 | 4,46 |
| Пословицы, над которыми надолго задумывались | 0,48 | 5,60 |
| Критерий Стьюдента t (df) | -6,54 (97) | -2,83 (97) |
| P | 0,000 | 0,006 |

нормальному распределению свидетельствует об оптимальной сложности задания для участников

Связь симпатии с беглостью переработки информации, такая же, как в других исследованиях связи беглости и симпатии, свидетельствует о том, что операционализация беглости через самооценку времени, затраченного на опознание пословиц, приводит к результатам, аналогичным результатам исследований симпатии к знакомому

Результаты по сравнению привлекательности двух разных загаданных формулировок, ответом в которых была пословица «Без труда не вытащишь рыбку из пруда», свидетельствуют о том, что эффект симпатии к знакомому не возникает в отношении разных стимулов, которые совпадают после переработки. Эти результаты хорошо согласуются с данными об эффекте симпатии к знакомому в процессе имплицитного научения [10], согласно которым симпатия возникает именно к ранее виденным объектам и не возникает по отношению к объектам, схожим с ними. Наши данные свидетельствуют о том, что симпатия к знакомому не проявляется, если исходно разные стимулы оказываются идентичными в результате когнитивной переработки.

Оценка связи беглости переработки стимулов и переживания гордости опровергает гипотезу исследования. Участники гордятся не легкостью, с которой они опознали некоторые пословицы, а способностью разгадать пословицы, которые были трудны. В целом, результаты свидетельствуют о том, что беглость переработки информации и сопряженная с ней экономия познавательных усилий тесно связаны с переживанием симпатии. Но возможности использования данной объяснительной модели для пе-

реживания другой позитивной эмоции — гордости — ограничены.

Исследование веселья

Веселье часто понимают как синоним симпатии и приятности, хотя на самом деле это не так. Мы далеко не всегда симпатизируем и испытываем приятность в отношении тех объектов и персонажей, которые вызывают в нас веселье. Приятность и симпатия в адрес неких объектов нечасто окрашены весельем, хотя такое и не исключено, если объектом является животное, маленький ребенок и т. п. Веселье как проявление чувства юмора, как правило, сопряжено с переживанием превосходства над вызывающим его объектом. В соответствии с общей гипотезой, меньшее количество усилий, сопряженное с достижением такого превосходства, вполне могло бы быть источником более интенсивного веселья.

Стимульный материал

В качестве стимульного материала для проверки гипотезы были взяты смешные цитаты из сочинений школьников средней и старшей школы по литературе. Эти цитаты были разделены на группы в зависимости от количества познавательных действий, необходимых для достижения юмористического эффекта. За основу для такого подразделения была взята модель Т.А. ван Дейка и В. Кинча [1], согласно которой понимание текста (в самом общем виде) идет от понимания слов, отдельных фраз, составных предложений к пониманию целого текста. На каждом этапе это движение сопровождается движением в обратном направлении — коррекцией понимания значения ранее понятых частей текста

(значений слов, фраз и т. д.) в зависимости от способа их включения в более сложные структуры (сложные предложения, тексты разных жанров, контекст, жизненный опыт читателя и др.). Такую модель понимания и построения текста ван Дейк и В. Кинч называют стратегической моделью и противопоставляют ее традиционным структурным моделям.

Ключевым вопросом понимания текста является вопрос о способе включения в процесс понимания опыта читателя. Читатель обладает языковым опытом, который больше у носителя языка и меньше у иностранца или ребенка; опытом взаимодействия с разными текстами — художественными, бытовыми, документальными, письмами, инструкциями и др.; жизненным опытом, содержащим информацию о мире и естественном или отклоняющемся ходе событий в нем. Содержание опыта существенным образом влияет на понимание конкретного текста, сказывается на его репрезентации. Модель ван Дейка и В. Кинча предполагает, что в процессе понимания текста на всех этапах этого процесса, начиная с умения понимать знаки и слова, понимание движется в двух направлениях, соотнося содержание текста и содержание индивидуального опыта человека.

Данное положение модели важно для нашего разделения исходного материала по количеству усилий, необходимых для возникновения юмористического эффекта. Мы предположили, что данный эффект будет возникать в те моменты, когда процессы понимания, идущие снизу (bottom up) — от стимула и основывающиеся на построении репрезентации текста, рассогласуются с процессами понимания, идущими «сверху» (top down), основывающимися на опыте читателя, его языковой компетентности. Характе-

ризуя разные возможные рассогласования такого рода в процессе понимания текста, группы цитат из школьных сочинений, отобранные школьными учителями и выложенные ими во многих сообществах в интернете, удалось разделить на четыре группы. Группы отличаются по количеству действий, которые совершает читатель в процессе реконструкции смысла (понимания) текста прежде, чем процессы понимания снизу вверх и сверху вниз придут в рассогласование.

Сразу надо сказать, что данное подразделение составлялось только на материале цитат из школьных сочинений и под задачи конкретного исследования. Теоретически, существуют еще более простые по составу действий формы юмора (например, связанные с формой графического представления текста или его звучания), а также более сложные, которые в данном материале не представлены, но присутствуют, например, в анекдотах.

1. В цитатах первой группы рассогласование, лежащее в основе юмористического эффекта, возникает на этапе декодирования значений слов. Читая фразу, которая была отнесена в эту группу, человек замечает, что ее смысл идет в разрез с его знаниями о мире по причине ошибочного обозначения объектов словами или приписывания объектам не свойственных им действий и характеристик.

1.1. Примеры неправильного словесного обозначения: «По двору гуляли куры, утки и прочая домашняя утварь», «Археологи при раскопках нашли черепки древних людей», «В библиотеку вошли двое: мальчик и девочка. Они были братьями».

1.2. Примеры приписывания не свойственных действий и характеристик: «В комнате громко тикали солнечные

часы», «На поле боя раздавались крики и стоны мертвецов», «Глухонемой Герасим не любил сплетен и говорил только правду».

При понимании таких фраз читатель должен сначала интерпретировать значение слова (процесс «снизу» — от содержания текста), а затем соотнести это значение со значением всей фразы и собственным опытом (процесс «сверху»). В результате выявляется несоответствие: девочка не может быть названа братом, домашняя птица — утварью, кости — черепками. Также солнечные часы не могут тикать, мертвецы — стонать, глухонемой — говорить.

Не заметить такое несоответствие возможно только в том случае, если фразу читает маленький ребенок или иностранец, и в этом случае комический эффект не будет достигнут. С другой стороны, люди зачастую рассматривают такое неправильное словоупотребление как ошибку, оговорку, которая не представляет повода для смеха.

2. Фразы, отнесенные в следующую группу, сходны с предыдущими в том, что юмористический эффект связан с пониманием значений слов. Однако в данном случае главную роль играет многозначность слова. Объединяет цитаты этой группы то, что в них одно слово входит в два контекста, и два разных значения этого слова актуализируются в высказывании одновременно. Лингвистические механизмы, ответственные за этот эффект, могут быть разными.

2.1. Омонимия. Например, во фразе «Во второй половине дня Печорин любил пить кофе со сливками общества» активизируются два значения слова «сливки» — молочный продукт и аристократия. Фраза «Савельич просил прощения за Гринева на коленях у Пугачева»

активирует значения «просил прощения на коленях» и «сидел на коленях у Пугачева». Во фразе «Французы бросились наутек, не выдержав духа русской армии» слово дух может быть понято в смысле «боевой дух» и в смысле «запах».

2.2. Референция. Например, во фразе «Ленский вышел на дуэль в панталонах. Они разошлись, и раздался выстрел» местоимение «они» можно отнести к панталонам, а можно — к дуэлянтам. Во фразе «Вася сломал лыжи. Товарищи ему помогли» референция также не очевидна: к какому именно действию относится слово «помогли» — добраться домой без лыж или сломать лыжи. В цитате «Дядя отнес свинью в сарай и быстро заколол ее вместе с дедушкой» неоднозначна референция деятеля и объекта действия: дядя и дедушка закололи свинью или дядя заколол свинью и дедушку.

2.3. Эллипсис. Например, во фразе «Младшая сестра носила на голове платок, старшая — ботинки» получается, что старшая сестра носила ботинки на голове. Фраза «Все улицы были украшены лозунгами, флагами и членами правительства» предполагает, что члены правительства — это тоже часть украшения улицы.

Количество действий, необходимых для понимания смысла фразы в этом случае больше, чем в предыдущих. Для понимания текста сначала необходимо актуализировать одно значение слова, но после конструирования смысла всей цитаты читатель актуализирует и второе значение, которое семантически и грамматически совместимо с данным контекстом (по крайней мере, с точки зрения разговорного словоупотребления). В итоге получаются два разных по смыслу понимания, которые совмещены в одной цитате и оба возникают «снизу» — из формулировки.

Если человек не заметит одного из смыслов, актуализируемых контекстом, комического эффекта не будет. Читатель воспримет цитату как однозначное утверждение, например: «Печорин любил пить кофе со сливками», либо «Печорин пил кофе в высшем обществе». Комический эффект возникает благодаря тому, что оба значения совмещаются механически. Тогда по смыслу получается, что Печорин окупал в кофе сливки общества; Савельич, сидя на коленях у Пугачева, просил прощения за Гринева; панталоны Ленского порвались на дуэли; русская армия гнала французов прочь с помощью своего дурного запаха. Такое совмещение следует из построения текста и противоречит опыту читателя, его знаниям, участвующим в реконструкции значения фразы.

Тот факт, что слово одновременно может фигурировать как в прямом, так и в переносном значении, предполагает большие (чем в отношении фраз предыдущей группы) требования к языковому опыту читателя, который должен включать не только знание прямого значения слова, но и возможности его переносного использования.

3. Цитаты, отнесенные в третью группу, содержат два утверждения, соотносенные друг с другом специально обозначенным в тексте образом, в отличие от цитат предыдущей группы, в которых два утверждения совмещаются автоматически, накладываясь друг на друга. В цитатах данной группы между двумя утверждениями устанавливается некоторое отношение путем сопоставления, противопоставления, включения, исключения, преобладания и т. п. Это достигается следующим образом.

3.1. За счет значения союзов. Фраза «Онегин, как и все помещики, родился не

в роддоме, а на берегах Невы» указывает на суровые условия рождения помещиков путем противопоставления роддома берегам Невы. Фраза «Анна Каренина не нашла ни одного настоящего мужчины и потому легла под поезд» рядопоставляет настоящего мужчину и поезд. Сообщение «Я не крещен, зато привит» предполагает, что прививка с точки зрения ребенка — более эффективная защита, чем крещение.

3.2. За счет неуместного использования устойчивого оборота. Например, фраза «Герасим ел за четверых, а работал один» характеризует Герасима как невыгодного работника, от которого больше затрат, чем пользы, через неправильное использование оборота «работать за четверых». В цитате «Князь Андрей женился на Лизе, страшной, как серая мышь» содержится сопоставление взаимоисключающих качеств. Выражение «серая мышь» употребляется для того, чтобы подчеркнуть незаметность человека, отсутствие у него индивидуальности, а определение «страшная», напротив, указывает на индивидуальную особенность персонажа, выделяющую его среди других людей.

Для достижения юмористического эффекта при чтении этих цитат читателю необходимо не просто понять два связанных утверждения, но также осмыслить способ их соотношения. Если одно из утверждений не будет понято, то юмористический эффект не возникнет. Не возникнет он и в том случае, если человек не осмыслит соотношение двух утверждений друг с другом — т. е. то, как именно автор соотносит их между собой. Юмористический эффект возникает от того, что такое соотношение, содержащееся в тексте (когда настоящий мужчина и поезд рядопоставляются как взаимоза-

меняемые и пр.), сталкивается с опытом читателя, в котором такие соотношения, противопоставления, включения одного в другое, сравнения не находят подтверждения. Так, вряд ли многие женщины согласятся на замену настоящего мужчины поездом, а аниматоры — с тем, что хороший работник это тот, кто ест за четверых.

4. Во фразах последней группы для достижения юмористического эффекта важен дополнительный смысл, который словесно не оформлен, но может быть надежно реконструирован.

4.1. Выявление пресуппозиции. Например, фраза «Частые познания жизненных невзгод не принесли Сонечке удовольствия» содержит в пресуппозиции, что познания жизненных невзгод могли или даже должны были принести удовольствие. Цитата «Ей понравился Грушницкий, хотя он и был под шинелью» предполагает, что чтобы «ей» понравиться, нужно продемонстрировать тело.

4.2. Реконструкция способа действия. В цитатах «Наташа Ростова хотела что-то сказать, но открывшаяся дверь закрыла ей рот», «Чем я тебя породил, тем и убью!» — сказал Тарас Бульба сыну» можно не увидеть ничего забавного, если не пытаться представить себе, как названное в них действие могло быть технически реализовано.

Для того чтобы достичь юмористического эффекта в цитатах этой группы, недостаточно понять содержание образующих их утверждений и способ их соотношения. Необходимо еще одно действие, которое предполагает дополнительное осмысление того, что прямо в тексте не сказано, но может быть реконструировано из пресуппозиции или благодаря знанию процедуры действия, о котором идет речь в тексте. То есть эти цитаты непо-

средственно обращаются к опыту читателя, инициирующему процессы «сверху», сталкивая понимание семантики текста и понимание реалий, о которых идет речь.

Процедура

Смешные цитаты из сочинений были разделены на группы по количеству действий, необходимых для их понимания. Всего было 72 цитаты. Таким образом, в процедуре попарного сравнения многократно сопоставлялись 4 группы смешных цитат, различающиеся в зависимости от количества усилий; цитаты в каждой группе не повторялись. Пары предъявлялись три раза в прямом порядке и три раза — в обратном

Последовательность пар была случайной, одни и те же сочетания не следовали подряд друг за другом. Таким образом, мы избавлялись от эффекта прогрессии, связанного с тем, что постепенно люди устают смеяться, и требуется все более сильная стимуляция, чтобы вызвать у них веселье.

Инструкция испытуемым: «Уважаемый участник, мы исследуем механизмы юмора. Ниже вы увидите пары цитат из школьных сочинений. В каждой паре отметьте галочкой фразу, которую находите более забавной». После того, как испытуемые выполняли это задание, они получали еще одну инструкцию: «Теперь просмотрите, пожалуйста, еще раз свои ответы и поставьте знак вопроса рядом с теми цитатами, которые вам показались совершенно не смешными. Неважно, сочли вы эту цитату более забавной, чем парная к ней, или нет. Важно то, что у вас она вызывает вопрос: а что здесь смешного?».

После метода попарных сравнений студенты заполняли тест юмористических фраз [4]. Данная методика предполагает,

что люди интерпретируют многозначные юмористические стимулы в зависимости от доминирующей мотивации. Эта методика могла бы дать альтернативное объяснение результатам, если бы испытуемые предпочитали и отвергали остроты вне связи с количеством действий, затрачиваемых на понимание юмора.

Для того чтобы убедиться, что 4 группы цитат из сочинений отличаются по количеству затрачиваемых усилий, использовался критерий длительности выполнения задания. Чем сложнее переработка информации, тем больше времени необходимо затратить от момента предъявления стимула до ответа испытуемого. В пилотажном исследовании пятнадцать испытуемым (которые не участвовали в основной части исследования) задания предъявлялись на экране монитора с использованием окулографа (айтрекер Eye Tribe, программное обеспечение Ogama 5.0). Это позволяло не только фиксировать продолжительность сравнения, но также учесть время, необходимое человеку для того, чтобы прочитать текст, так как фразы отличались по длине. Если группы действительно отличаются по сложности переработки, то количество времени, затраченного на сравнение фраз из смежных групп (1 и 2, 2 и 3, 3 и 4) должно увеличиваться. В пилотажном исследовании участники выполняли то же самое задание, что и в основной серии, чтобы разница заданий не повлияла на длительность их выполнения.

Испытуемые: 55 студентов 1 курса вечернего и второго высшего образования РГГУ, из них 8 мужчин, возраст от 19 до 46 лет ($m = 25,6$). Испытуемыми в пилотажном исследовании выступили 12 девушек и 2 юношей той же возрастной группы и с тем же образовательным статусом. Данные собраны осенью 2016 г.

Результаты пилотажной серии

Результаты пилотажного эксперимента показали, что выделенные нами группы цитат отличаются по сложности в соответствии с их описанием. Среднее время сравнения фраз из групп 1 и 2 — 7216 мс., из групп 2 и 3 — 8393 мс., из групп 3 и 4 — 10492 мс. Эти различия значимы ($0,01 < p < 0,05$, критерий Вилкоксона).

Результаты основной серии

В результате сравнения цитат по степени остроумности, они выстроились от более простых (требующих меньше действий для их понимания) к более сложным (требующим больше таких действий). Значения в z-единицах, соответствующие месту каждой группы цитат на шкале, представлены в табл. 3. Цитаты внутри групп не связаны тематически с определенной мотивацией по результатам теста юмористических фраз.

18 человек все цитаты оценили как забавные (не поставили ни одного знака вопроса). Распределение количества цитат из сочинений, которые остальных испытуемых не рассмешили, по четырем группам представлено в табл. 3. Данное распределение во всех четырех группах отличается от нормального (критерий Колмогорова—Смирнова), поэтому для сравнения групп между собой использовался критерий Вилкоксона. Между группами 1 и 2, и группами 3 и 4 различия в количестве цитат, которые не насмешили испытуемых, случайны. Между группами 2 и 3 различия значимы ($z = -2,336$, $p = 0,020$). Различия между группами 1 и 3, 1 и 4, 2 и 4 значимы на однопроцентном уровне с учетом поправки Бонферрони на множественные сравнения ($z = -3,38$; $z = 3,21$; $z = -2,82$ соответственно).

Результаты попарного сравнения смешных цитат

| Группы цитат, по количеству действий | 1 | 2 | 3 | 4 |
|--|-------|-------|-------|------|
| Значения, соответствующие каждой группе цитат на стандартной шкале z | -0,43 | -0,34 | -0,24 | 1,01 |
| Количество цитат, которые испытуемые назвали не смешными | 71 | 52 | 32 | 30 |

Примечание. 1 — группа цитат, требующих наименьшего количества действий для понимания юмора (см. описание стимульного материала); 2 — группа цитат, требующих, большего количества действий для понимания юмора, чем в предыдущей группе (1), но меньшего, чем в следующей группе (3); 3 — группа цитат, требующих, большего количества действий для понимания юмора, чем в группе 2, но меньшего, чем в группе 4; 4 — группа цитат, требующих, наибольшего количества действий для понимания юмора.

Интерпретация результатов

Полученные данные свидетельствуют против возможности связать возникновение веселья с меньшим количеством познавательных усилий (экономией когнитивных ресурсов), затрачиваемых в процессе переработки забавного стимула. Напротив, эти данные подтверждают контр-гипотезу, согласно которой более веселыми признаются те фразы, которые требуют большего количества умственных действий в ходе их переработки.

Значимые различия в количестве цитат, которые испытуемые нашли смешными, приходится на границу между третьей и четвертой группами. Это знаковое различие, так как первая и вторая группы сходны в том, что в них юмористический эффект связан с пониманием значений слов. Разница только в том, идет речь о единственном значении или об обыгрывании многозначности. Юмористический эффект в цитатах третьей и четвертой групп связан с пониманием соотношения разных частей высказывания между собой и с реконструкцией пропусков в тексте. Понимание юмора в этих цитатах связано с большим количеством действий, более сложных, чем

опознание значений слов. Обращение к цитатам, требующим такого понимания, сопряжено с увеличением частоты случаев, когда испытуемые сообщают о том, что не понимают юмора. Этот факт снова подтверждает контр-гипотезу, согласно которой веселье возникает чаще в случаях, когда усилий для понимания юмора затрачено больше.

О том же говорит и значимость различий между группами цитат, которые располагаются через одну и более друг от друга (1 и 3, 1 и 4, 2 и 4) — т. е. сильнее различаются по сложности, чем смежные группы. Этот результат также интерпретируется в пользу контр-гипотезы: чем сложнее остроумие, тем реже ее отмечают как не развеселившую.

Общее обсуждение

Цель двух проведенных исследований состояла в том, чтобы проверить, возможно ли использовать объяснение эффекта симпатии к знакомому его связью с беглостью переработки информации для объяснения проявлений других позитивных переживаний, конкретно — гордости и веселья.

В исследовании гордости были получены результаты, согласующиеся с результатами других исследователей эффекта симпатии к знакомому: более высокая беглость связана с более выраженной симпатией к пословицам.

Однако попытка выявить такое же отношение между беглостью и переживанием гордости привело к прямо противоположным результатам: гордость выше при более низкой скорости переработки информации. Аналогичные результаты получены при исследовании веселья. Можно сделать вывод, что беглость переработки информации связана с возникновением симпатии, но не других позитивных эмоций, по крайней мере, не с гордостью и весельем.

Процедура исследования веселья была призвана объективировать оценку беглости переработки информации, которая в исследовании гордости основывалась на самоотчете. Оба способа оценки беглости — субъективный и объективный — привели к сходным результатам исследования.

Можно сделать вывод, что не любые позитивные переживания усиливаются в случае более высокой беглости когнитивной переработки провоцирующих их стимулов. Данное объяснение хорошо подходит для переживания симпатии, но не для гордости и веселья. Их возникновение связано не с беглостью когнитивной переработки стимула, а с теми усилиями, которые необходимо затратить на такую переработку.

Благодарности

Авторы благодарят своих коллег И.Е. Высокова, К.И. Алексеева, Е.В. Власову за помощь в сборе данных для исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. ван Дейк Т.А., Кинч В. Стратегии понимания связного текста // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 23. Когнитивные аспекты языка. М.: Прогресс, 1988. С. 153—211.
2. Кравченко Ю.Е. Подавление эмоционального поведения и субъективное переживание // Экспериментальная психология. 2015. Т. 8. № 1. С. 28—38.
3. Шмелев А.Г., Болдырева В.С. Психосемантика юмора и диагностика мотивов // Мотивация личности / Ред. А.А. Бодалев. М.: Педагогика, 1982. С. 108—120.
4. Alter A.L., Oppenheimer D.M. Uniting the Tribes of Fluency to Form a Metacognitive Nation // Personality and Social Psychology Review. 2009. Vol. 13 (3). P. 219—235. DOI: 10.1177/1088868309341564
5. Bornstein R.F., D'Agostino P.R. Stimulus recognition and the mere exposure effect // Journal of Personality and Social Psychology. 1992. Vol. 63 (4). P. 545—552. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.63.4.545>
6. Doss M.K., Bluestone M.R., Gallo D.A. Two mechanisms of constructive recollection: Perceptual recombination and conceptual fluency // Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition. 2016. Vol. 42. (11). P. 1747—1758. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/xlm0000273>
7. Hubbach A., Melzer A., Hardt O. The mere exposure effect is sensitive to color information: Evidence for color effects in a perceptual implicit memory test // Experimental

- Psychology. 2006. Vol. 53 (3). P. 233–245. doi: <http://dx.doi.org/10.1027/1618-3169.53.3.233>
8. *Marie A., Gabrieli J.D.E., Vaidya C., Brown, B., Pratto F., Zajonc R.B., Shaw R.J.* The mere exposure effect in patients with schizophrenia // *Schizophrenia Bulletin*. 2001. Vol. 27 (2). P. 297–303. doi: <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordjournals.schbul.a006875>
9. *Newel B., Bright J.* The subliminal mere exposure effect does not generalize to structurally related stimuli // *Canadian Journal of Experimental Psychology*. 2003. Vol. 57 (1). P. 61–68.
10. *Phaf R.H., Rotteveel M.* Affective modulation of recognition bias // *Emotion*. 2005. Vol. 5 (3). P. 309–318. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/1528-3542.5.3.309>
11. *Pickett S.M., Barbaro N., Mello D.* The relationship between subjective sleep disturbance, sleep quality, and emotion regulation difficulties in a sample of college students reporting trauma exposure // *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*. 2016. Vol. 8 (1). P. 25–33. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/tra0000064>
12. *Westerman D.L., Lanska M., Olds J.M.* The Effect of Processing Fluency on Impressions of Familiarity and Liking // *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*. 2015. Vol. 41 (2). P. 426–438. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/a0038356>
13. *Willems S., Salmon E., Van der Linden M.* Implicit/explicit memory dissociation in Alzheimer’s disease: The consequence of inappropriate processing? // *Neuropsychology*. 2008. Vol. 22 (6). P. 710–717. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/a0012986>
14. *Williams S.M.* Implications for normals of reports on the “mere exposure” effect in amnesics // *Neuropsychology*. 1990. Vol. 4 (1). P. 43–48. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0894-4105.4.1.43>
15. *Winkielman P., Cacioppo J.T.* Mind at ease puts a smile on the face: Psychophysiological evidence that processing facilitation leads to positive affect. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2001. Vol. 81. P. 989–1000. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.989>
16. *Winkielman P., Schwarz N., Fazendeiro T.A., Reber R.* The hedonic marking of processing fluency: Implications for evaluative judgment // J. Musch, K.C. Klauer (Eds.). *The psychology of evaluation: Affective processes in cognition and emotion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2003. P. 195–226.
17. *Zajonc R.B.* Feeling and thinking. Preferences need no inferences // *American psychologist*. 1980. Vol. 35. P. 151–175. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.35.2.151>

Processing fluency and impressions of joy and pride

YU.E. KRAVCHENKO*,
RANEPА, Moscow, Russia, asunaro@mail.ru

The mere exposure effect consists in the increasing of affective preference (sympathy/ liking) for a previously encountered stimulus. Many researches connect it with processing fluency and effort savings (hedonic marking hypothesis [17]). The present study investigates, whether processing fluency connects with other positive emotions. We supposed higher processing fluency correlates with grater intensity of pride and joy. In 1 Experiment participants (n = 98) recognize 10 well-known proverbs in guessing game. Then they marked proverbs about that they would brag to their friends and ranked all proverbs from the most to the lest pleasant. In 2 Experiment 4 groups each of that concluded 24 different complicated joy statements were pairwise compared. Participants (n = 55) chosen most funny and marked unfunny statements. Results shows most sympathy is connect with higher processing fluency, but pride and joy appear more often in connection with more complicated stimuli required lower processing fluency.

Keywords: mere exposure effect, processing fluency, positive affect, joy, pride.

Acknowledgements

The authors are grateful for assistance in data collection Vysokov I.E., Alekseev K.I.

REFERENCES

1. van Deik T.A., Kinch V. Strategii ponimaniya svyaznogo teksta [Strategies of Discourse Comprehension.]. *Novoe v zarubezhnoi lingvistike. Vyp. 23. Kognitivnye aspekty yazyka [The New Trends in Foreign Linguistics. Vol. 23. Cognitive aspects of language]*. Moscow: Progress, 1988, pp. 153–211.
2. Kravchenko Y.E. Feeling and emotional behavior repression. *Eksperimental'naya psikhologiya [Experimental Psychology]*, 2015. Vol. 8(1), pp. 28–38.
3. Shmelev A.G., Boldyreva V.S. Psikhosemantika yumora i diagnostika motivov [Psychosemantics of humor and diagnostics of motives]. *Motivatsiya lichnosti [Motivation of personality]*. M., 1982, pp. 108–120.
4. Alter A.L., Oppenheimer D.M. Uniting the Tribes of Fluency to Form a Metacognitive Nation. *Personality and Social Psychology Review*, 2009. Vol. 13, no. 3, pp. 219–235. doi: 10.1177/1088868309341564

For citation:

Kravchenko Yu.E. Processing fluency and impressions of joy and pride. *Sotsial'naiа psikhologiya i obshchestvo [Social Psychology and Society]*, 2017. Vol. 8, no. 4, pp. 91–106. (In Russ., abstr. in Engl.). doi:10.17759/sps.2017080407

* *Kravchenko Yunna E.* — Ph.D. in Psychology, Associate professor of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPА), Moscow, Russia, asunaro@mail.ru

5. Bornstein R.F., D'Agostino P.R. Stimulus recognition and the mere exposure effect. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1992. Vol. 63(4), pp. 545–552. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.63.4.545>
6. Doss M.K., Bluestone M.R., Gallo D.A. Two mechanisms of constructive recollection: Perceptual recombination and conceptual fluency. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 2016. Vol. 42. (11), pp. 1747–1758. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/xlm0000273>
7. Hupbach A., Melzer A., Hardt O. The mere exposure effect is sensitive to color information: Evidence for color effects in a perceptual implicit memory test. *Experimental Psychology*. 2006. Vol. 53(3), pp. 233–245. doi: <http://dx.doi.org/10.1027/1618-3169.53.3.233>
8. Marie A., Gabrieli J.D.E., Vaidya C., Brown, B., Pratto F., Zajonc R.B., Shaw R.J. The mere exposure effect in patients with schizophrenia. *Schizophrenia Bulletin*. 2001. Vol. 27 (2), pp. 297–303. doi: <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordjournals.schbul.a006875>
9. Newel B., Bright J. The subliminal mere exposure effect does not generalize to structurally related stimuli. *Canadian Journal of Experimental Psychology*, 2003. Vol. 57(1), pp. 61–68.
10. Phaf R.H., Rotteveel M. Affective modulation of recognition bias. *Emotion*, 2005. Vol. 5(3), pp. 309–318. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/1528-3542.5.3.309>
11. Pickett S.M., Barbaro N., Mello D. The relationship between subjective sleep disturbance, sleep quality, and emotion regulation difficulties in a sample of college students reporting trauma exposure. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 2016. Vol. 8(1), pp. 25–33. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/tra0000064>
12. Westerman D.L., Lanska M., Olds J.M. The Effect of Processing Fluency on Impressions of Familiarity and Liking. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*. 2015. Vol. 41, no. 2, pp. 426–438. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/a0038356>
13. Willems S., Salmon E. Van der Linden M. Implicit/explicit memory dissociation in Alzheimer's disease: The consequence of inappropriate processing? *Neuropsychology*, 2008. Vol. 22(6), pp. 710–717. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/a0012986>
14. Williams S.M. Implications for normals of reports on the “mere exposure” effect in amnesics. *Neuropsychology*, 1990. Vol. 4(1), pp. 43–48. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0894-4105.4.1.43>
15. Winkielman P., Cacioppo J.T. Mind at ease puts a smile on the face:
16. Psychophysiological evidence that processing facilitation leads to positive affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001. Vol. 81, pp. 989–1000. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.989>
17. Winkielman P., Schwarz N., Fazendeiro T.A., Reber R. The hedonic marking of processing fluency: Implications for evaluative judgment. In J. Musch, K.C. Klauer (Eds.). *The psychology of evaluation: Affective processes in cognition and emotion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2003, pp. 195–226.
18. Zajonc R.B. Feeling and thinking. Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 1980. Vol. 35, pp. 151–175. doi: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.35.2.151>