

УДК 81'23

DOI: 10.26140/bg23-2020-0902-0083

ЗНАЧЕНИЕ ПРАЙМИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ПСИХОЛИНГВИСТИКЕ

© 2020

SPIN: 7591-4496

AuthorID: 819238

ORCID: 0000-0003-3469-0188

Щербакова Мария Васильевна, кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры иностранных языков

Оренбургский государственный университет

(460018, Россия, Оренбург, просп. Победы, д. 13, e-mail: blackorchid777@rambler.ru)

Аннотация. На данном этапе развития современной лингвистики наблюдается тенденция интеграции ее с другими научными дисциплинами, что в свою очередь приводит к использованию новых теоретических и эмпирических методов исследования. Данные процессы позволяют выявлять феномены, остававшиеся не затронутыми до сегодняшнего момента. К таким проблемам относится вопрос об организации процессов мышления. Для данной статьи интерес представляет прайминг-эффект как явление имплицитной памяти – вид памяти, которая взаимодействует с информацией, полученной из прошлого опыта и не осознается человеком. Представленная работа посвящена теоретическому осмыслению становления прайминга, как способа исследования имплицитной памяти. Автор детально анализирует труды зарубежных коллег, делая выводы, что прайминг-эффект позволяет взглянуть на неосознаваемые этапы процесса обработки полученной информации и является одним из самых интересных явлений имплицитной памяти индивида. Также в статье приводится наукометрический анализ, в ходе которого заключается, что интерес к изучению прайминг-эффекта концентрируется в зарубежной психолингвистике, следовательно, разрабатывается перспективная область научного исследования, где отечественные ученые могут реализовать свой творческий потенциал.

Ключевые слова: прайминг, текст, восприятие, имплицитная память, прайминг-эффект, наукометрический анализ, экспериментальная методика, эксперимент

THE VALUE OF PRIMING IN THE MODERN PSYCHOLINGUISTICS

© 2020

Shcherbakova Maria Vasilyevna, candidate of philological sciences, associate professor,
associate professor of foreign languages department

Orenburg State University

(460018, Russia, Orenburg, prosp. Pobedy 13, e-mail: blackorchid777@rambler.ru)

Abstract. At this stage of the modern linguistics development, there is a tendency to integrate it with other scientific disciplines, which in turn leads to the use of new theoretical and empirical methods of research. These processes make it possible to identify phenomena that have not been revealed earlier. Such problems include the issue of the thought processes organization. This article is interested in the priming effect as a phenomenon of implicit memory, a kind of memory that interacts with information derived from past experience and is not realized by humans. The presented work is devoted to theoretical review of priming, as a way of studying implicit memory. The author analyzes in detail the works of foreign colleagues, drawing conclusions that the priming effect allows considering unconscious stages of the procedure of processing the received information and is one of the most interesting phenomena of implicit memory of the individual. The article also provides a scientometric analysis that concludes that interest in studying of priming effect is concentrated in foreign psycholinguistics, therefore, a promising field of scientific research is formed, where Russian scientists can realize their creative potential.

Keywords: priming, text, perception, implicit memory, priming effect, scientometric analysis, experiment technique, experiment

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время психолингвистика имеет достаточно много экспериментально подтвержденных данных, которые свидетельствуют о способности мозга человека обрабатывать информацию неосознанно, поэтому среди психологов и психолингвистов наблюдается возрастающий интерес к устройству памяти, которая основывается на применении информации, полученной на основе неосознаваемого прошлого опыта [1, С. 16–23] – имплицитной памяти. Применение прайма с целью исследовать процессы неосознаваемой обработки информации является достаточно распространенным методом [2, С. 382–385].

Идея прайминга подразумевает неконтролируемое воздействие исследователя на испытуемого для определения и описания функционирования восприятия, перцептивного внимания и памяти и в психолингвистике появилась из медицины и психологии [3, С. 81–90].

Исследователи в области психологии и психолингвистики приводят несколько дефиниций термина прайминг. В современных учебниках предлагаются следующие варианты перевода данного понятия: «эффект предшествования», «подсказка», «подготовка», «преднастройка» [там же, С. 81–90]. Специальная литература располагает информацией о трех терминах тесно связанных с изучаемым феноменом: прайминг, прайминг-эффект и прайм. М.В. Фаликман предлагает разводить

данные понятия следующим образом:

– прайминг – то, что оказывает влияние на скорость и точность выполнения задания или методический прием, базирующийся на такого рода воздействии [там же, С. 81–90];

– под прайминг-эффектом понимается результат спонтанного воздействия в обыденной жизни или применения прайминга в ходе проведения эксперимента, то есть «качественное (наличие/отсутствие) или количественное (скорость/точность) изменение параметров реакции (действия) человека в ответ на появление объекта, с которым он незадолго встречался, по сравнению с реакцией на впервые появившийся объект» [там же, С. 81–90].

– праймом же называется предмет, который стимулирует качественную или количественную модификацию параметров реакции человека при предъявлении или появлении данного предмета [там же, С. 81–90].

МЕТОДОЛОГИЯ

На современном этапе развития психолингвистики и психологии исследователи, занимающиеся вопросами имплицитной памяти и работающие над проблемами специфики функционирования прайминга, не сходятся во мнении, касающемся определения данного феномена и способ его применения, что обуславливает актуальность данной статьи. Наиболее объективным нам представляется определение прайминга как «процесса акти-

вания и актуализации уже существовавшей установки, которая может привести к искаженной интерпретации воспринимаемой ситуации» [4, с. 404]. Таким образом, целью статьи является определить место прайминга как явления имплицитной памяти и приема для исследования неосознаваемых процессов обработки информации в поле деятельности зарубежных коллег и отечественных ученых. Для достижения поставленной цели планируется решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретическое обоснование концепции прайминг;
- исследовать материалы библиографической и реферативной базы данных SCOPUS;
- изучить данные российской научной электронной библиотеки eLIBRARY.

Специфика поставленных задач предопределила использование следующих методов: сравнительно-сопоставительный метод, метод математической и статистической обработки данных, наукометрический анализ.

Американский психолог Д.Л. Шахтер видит прайминг способностью распознать предмет и актуализировать сведения о нем в памяти в ходе предшествующей встречи с ним [5].

А. Бэддели полагает, что «этот термин касается наблюдения, слово или предмет, будучи увиденным или услышанным более одного раза, будет в дальнейшем воспринят с большей готовностью» [6, с. 25].

Таким образом, прайминг – процедура опознавания предмета и актуализации сведений о нем в памяти при учете предшествующего опыта, что в результате вызывает изменения восприятия действительности.

В основе исследований прайминга и прайминг-эффекта лежат труды Дж. Барга, который занимался изучением роли автоматизма и бессознательного анализа социальных аспектов поведения. По его разработкам и под его руководством был проведен эксперимент [7, С. 230–244]. Суть эмпирического исследования состояла в следующем: заданием испытуемым было дешифровать 30 фраз из 5 слов каждая, предоставив ложную информацию о том, что проверяют их лингвистические способности. В реальности, ученые интересовались прайминг-эффектом. Экспериментальный материал дифференцирован набором слов и составлял 2 варианта. В первый вариант фраз входили такие слова как «смело», «вмешиваться», «агрессивно», «тревожить», «грубо», «вторгаться», «нарушать»; во второй вариант – «ценить», «терпеливо», «уважение», «вежливо» «тактичный», «уступать», «обходительно» [7, С. 230–244; 8, С. 134–146]. Остальные слова были идентичны в обоих вариантах, данный прием был применен с целью исключения подозрений со стороны студентов. После выполнения задания студенты должны были выполнить просьбу организаторов – поговорить с Дж. Баргом в его кабинете. В момент, когда реципиент подходил к кабинету исследователя, последний создавал иллюзию увлеченной беседы со своей ассистенткой. Данная ситуация моделировалась намеренно с целью обнаружить различия в действиях (поведении) студентов после взаимодействия со словами первого варианта (лексемы агрессии) и второго (лексемы вежливости), также экспериментаторов интересовало временное различие начала реакции испытуемых (интервал времени, когда студенты решаются прервать руководителя, беседующего с коллегой). В ходе исследования выявлено, что реципиенты после взаимодействия с семами вежливости ни разу не перебили разговаривающих, а 82 % студентов после работы с семами агрессии перебивали беседующих в среднем через 5 минут [7, С. 230–244].

Психологи Д.Е. Мейер и Р.У. Шваневелдт в 1971 году впервые применили методику прайминга, разработав технику эксперимента для изучения ментальных процессов во время опознавания написанных лексем и актуализации их семантики из памяти, при этом ученые выявили связь прайма и последующих стимулов. Целью Балтийский гуманитарный журнал. 2020. Т. 9. № 2(31)

исследования было определить время распознавания реальной лексемы и «псевдолексемы» (хаотичный набор букв). Помимо желаемого результата авторы методики выявили, что после предъявления слова, например, «nurse», опознавание лексемы, связанной с ним семантически, например, «doctor» реализуется быстрее, чем несвязанное, например, «pencil» [9, С. 227–234].

Дж.Х. Нили разработал аналогичный эксперимент, где реципиентам предлагали связанное, несвязанное или нейтральное выражение в качестве прайма перед целевым стимулом. В данном исследовании учитывалось время предъявления прайма: короткое (360 мс.), среднее (600 мс.) и очень длинное (2000 мс.). Независимо от времени зрительного контакта с праймом, слово, связанное с целевым стимулом, обеспечило наименьшее время реакции. В результате краткосрочной демонстрации семантически связанного и несвязанного выражений разница во времени распознавания стимула составляет 40 мсек.

Дж.Х. Нили интерпретирует экспериментальный материал и приходит к выводу, что активация осуществляется линейно по следующему принципу: стимул – прайм – стимул, где реципиент использует прайм для направления его внимания на семантически связанное словостимул [10, С. 648–654].

Ученый считает, что перцепция стимула состоит в зависимости от степени его семантической обусловленности с праймом, иными словами, прайм, находящийся в семантической связи со стимулом фасилитирует восприятие последнего и наоборот прайм, семантически несвязанный со стимулом, осложняет восприятие последнего [там же, С. 648–654].

В своих заключениях Дж.Х. Нили отмечает актуальность результатов Д.Е. Мейера и Р.У. Шваневелдта и опровергает теорию М. Познера и Ч. Снайдера, в которой утверждается, что прайминг основывается на вероятности и контролируется индивидом [11, С. 149–173; 12, С. 4–10].

РЕЗУЛЬТАТЫ

В ходе анализа трудов зарубежных коллег за последние 15 лет, обнаруживается четкая тенденция роста актуальности вопросов, касающихся прайминг-эффекта в психолингвистике. Наименьшее число публикаций приходится на 2004 год, пик публикационной активности исследователей, использующих прайминг для выявления психолингвистических особенностей, фиксируется в 2012 году. По материалам библиографической и реферативной базы данных SCOPUS в 2018 году опубликовано 255 работ, посвященных изучению прайминг-эффекта в области психолингвистики [13]. Количественные показатели представлены на рисунке 1.

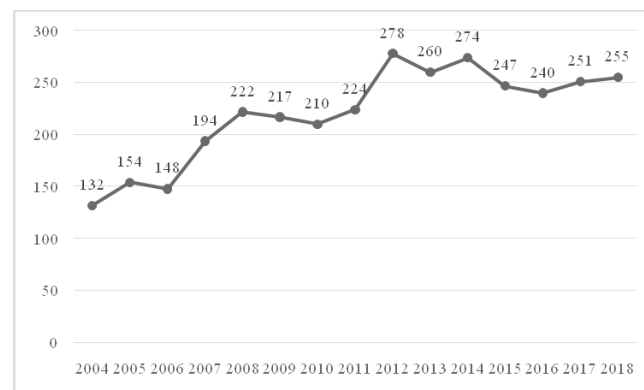


Рисунок 1 - Градация работ иностранных ученых

Учитывая географическую обособленность трудов по проблеме следует отметить, что большая часть работ опубликована на территории США (1299), второе место по количеству трудов в данной области занимает Великобритания (565), 413 опубликованных научных

дования обнаружены в Германии, далее располагается Канада (289); в представленном ниже списке стран наблюдается градация с небольшим шагом: Нидерланды (207), Франция (204), Австралия (179), Испания (163), Бельгия (152) и минимальное количество публикаций по заданной тематике приходится на Италию (102) [13].

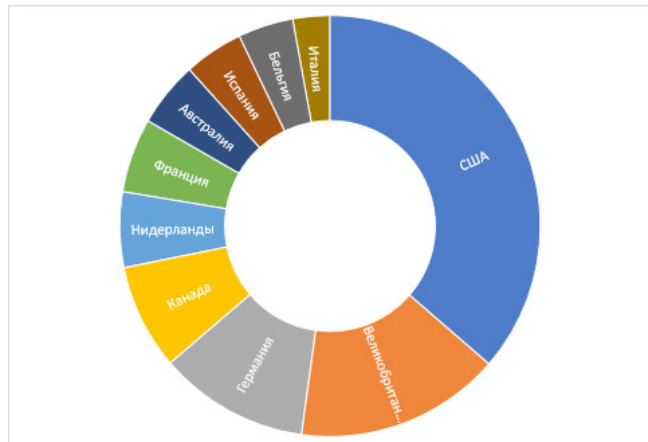


Рисунок 2 - Градация географической обособленности работ

В количественный анализ трудов, посвященных прайминг-эффекту и дифференцированных по географической обособленности создания, вошли страны с маркером – более 100 работ. Количественные показатели представлены на рисунке 2.

В результате изучения публикационной активности за последние 15 лет российских ученых, занимающихся вопросами психолингвистики, также фиксируется возрастающий интерес к эффектам прайминга и реализации данного метода в своих исследованиях. По данным российской научной электронной библиотеки eLIBRARY до 2008 года работы в этой отрасли языкознания, базирующиеся на применении прайминга, не обнаружены. Наименьшее число трудов по описываемой проблеме опубликовано в 2009 и 2011 годах (по 1). Наибольшее количество работ приходится на 2017 год (13). В 2018 году фиксируется 5 работ, посвященных изучению прайминг-эффекта в области психолингвистики [13]. Распределение анализируемых данных отражено на рисунке 3.

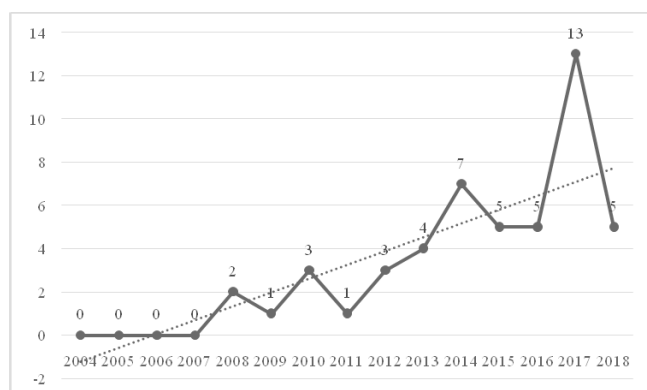


Рисунок 3 - Градация работ российских исследователей

ВЫВОДЫ

Итак, прайминг – это то, что способно влиять на индивида, актуализируя информацию из прошлого опыта, которая может изменять восприятие ситуации или прием, базирующийся на данном воздействии. Методика прайминга активно используется с целью изучения имплицитной памяти – неосознаваемой обработки информации. Прайминг-эффект предоставляет возможность

наблюдать за неосознаваемыми этапами процедуры обработки полученной информации и является одним из самых интересных явлений имплицитной памяти человека. Эффекты прайминга уже длительное время применяются в психологии познавательных процессов как часть методологической базы, но в психолингвистике использование этого метода только начинает приобретать популярность.

В ходе наукометрического анализа публикационной активности ученых, работающих в области психолингвистики, обнаружено, что труды, посвященные изучению прайминг-эффекта занимают актуальную позицию в данной сфере на международном уровне. Большая часть работ опубликована в зарубежных изданиях, и лишь небольшой процент приходится на работы российских авторов. Следовательно, появляется перспективная область научного исследования, где российские исследователи могут реализовать свой творческий потенциал.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кретицин, Г. В. Имплицитная память, или вновь о немецком населении Кёнигсберга во время осады крепости в феврале – апреле 1945 года // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Гуманитарные и общественные науки, № 2, 2016. – С. 16–23.
2. Моисеева, И. Ю. Значение прайминга в процедуре неосознаваемой обработки информации при восприятии текста // Балтийский гуманитарный журнал, 2019. – Т. 8, № 3 (28). – С. 382–385.
3. Фаликман, М. В. Виды прайминга в исследованиях восприятия и перцептивного внимания // Вестник Московского университета. Сер. 14, Психология. – 2005. – № 4. – С. 81–90.
4. Большой психологический словарь / Сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко. – СПб., 2003. – 404 с.
5. Schacter D.L., Priming and the brain // Neuron, 1998. – P. 185–195.
6. Бэббелли, А. Ваша память. Руководство по тренировке и развитию; Пер. с англ. С. Мозилевского. – М., 2001. – 320 с.
7. Bargh, John A. Automaticity of Social Behavior: Direct Effects of Trait Construct and Stereotype Activation on Action // Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 71, no. 2, 1996. – P. 230–244.
8. Лантеева, Е. М. Феномен подсказки при решении задач: взгляд со стороны психологии творчества. Часть 1. Прайминг-эффекты // Психология. Журнал Высшей школы экономики, Т.8, № 4, 2011. – С. 134–146.
9. Meyer, David E. Facilitation in recognizing pairs of words: Evidence of a dependence between retrieval operations // Journal of Experimental Psychology, 90 (2), 1971. – P. 227–234.
10. Neely, James H. Semantic priming and retrieval from lexical memory: Evidence for facilitatory and inhibitory processes // Memory and Cognition 4 (5), 1976. – P. 648–654.
11. Pace-Sigge, Michael T.L. The concept of Lexical Priming in the context of language use // ICAME Journal, No. 37. – P. 149–173.
12. Zimmermann, Harald H. Zur Konzeption der automatischen Lemmatisierung von Texten SFB 100 "Elektronische Sprachforschung": Aspekted // Linguistische Arbeiten 12, 1972. – P. 4–10.
13. Щербакова, М. В. Влияние прайминг-эффекта на порождение и восприятие письменной речи: маг. ВКР / М. В. Щербакова. – Оренбург, 2019. – 78 с.

Статья поступила в редакцию 22.01.2020

Статья принята к публикации 27.05.2020