# Связь удобочитаемости текста, его эмоциональной оценки и доверия к нему

Четвериков А.А.,
кафедра общей психологии, 2ой курс магистратуры

# Вкратце

- Эмоции связаны с беглостью переработки информации
- Беглость переработки информации в тексте связана с его удобочитаемостью
- Оценка доверия – метакогнитивный процесс
- Метакогнитивные процессы содержат эмоциональный компонент

# Теоретическое обоснование направления исследований

- R.B. Zajonc (“Preferences need no inferences”, 1980) – эффекты простого и неоднократного предъявления
- Предъявление стимула, даже в отсутствие осознания, влияет на его эмоциональную оценку.

# Беглость переработки -> эмоции

- L.L. Jacoby – эффекты беглости переработки информации
- R.B. Bornstein, B. W. A. Whittlesea – эффекты предъявления как вид эффектов беглости

# Беглость переработки -> эмоции -> эффекты беглости

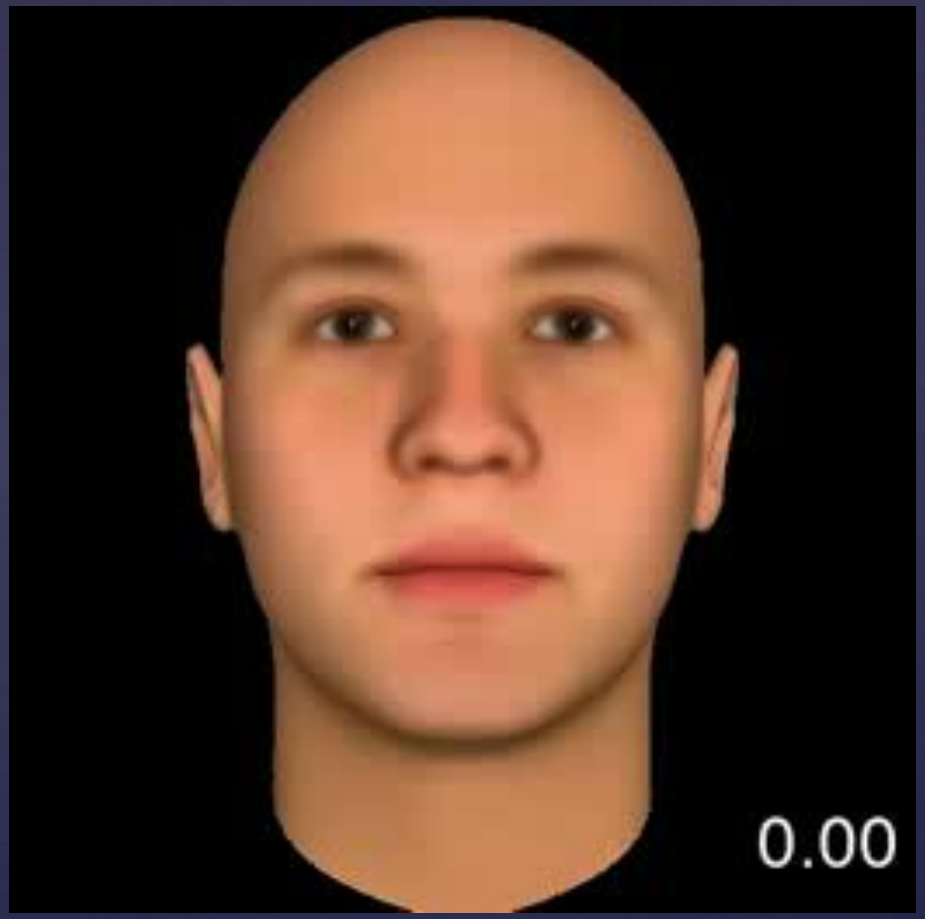
- Reber, Schwarz, Winkielman, 2004 – эмоциональная оценка как медиатор между беглостью переработки информации и принятием решения.
- Если дать человеку возможность связать свои эмоции с неким объектом (источником), их влияние на другие объекты пропадает.
- При этом исчезают и эффекты беглости переработки.

# Доверие

- Что такое доверие?
- «Убежденность в чьей-либо искренности, честности, добросовестности и основанное на них отношение к кому-либо, чему-либо» (Мал. акад. слов.)
- Если мы знаем, что человек говорит правду, то при чем здесь доверие? Если не знаем, то почему доверяем?

# Доверие – метакогнитивный процесс

- Доверие – принятие решения или оценка
- Содержит в себе «когнитивный» и «эмоциональный» компоненты (Koriat, 1999)
- «Когнитивный» компонент: оценка на основе прошлого опыта и логических выкладок.
- «Эмоциональный» компонент: доверие на основе приятности объекта


0.00

Удобочитаемость текста:

Длина слов
Частота употребления
N слов в предложении
Частота знаков препинания
…?

Беглость

Эмоциональная оценка

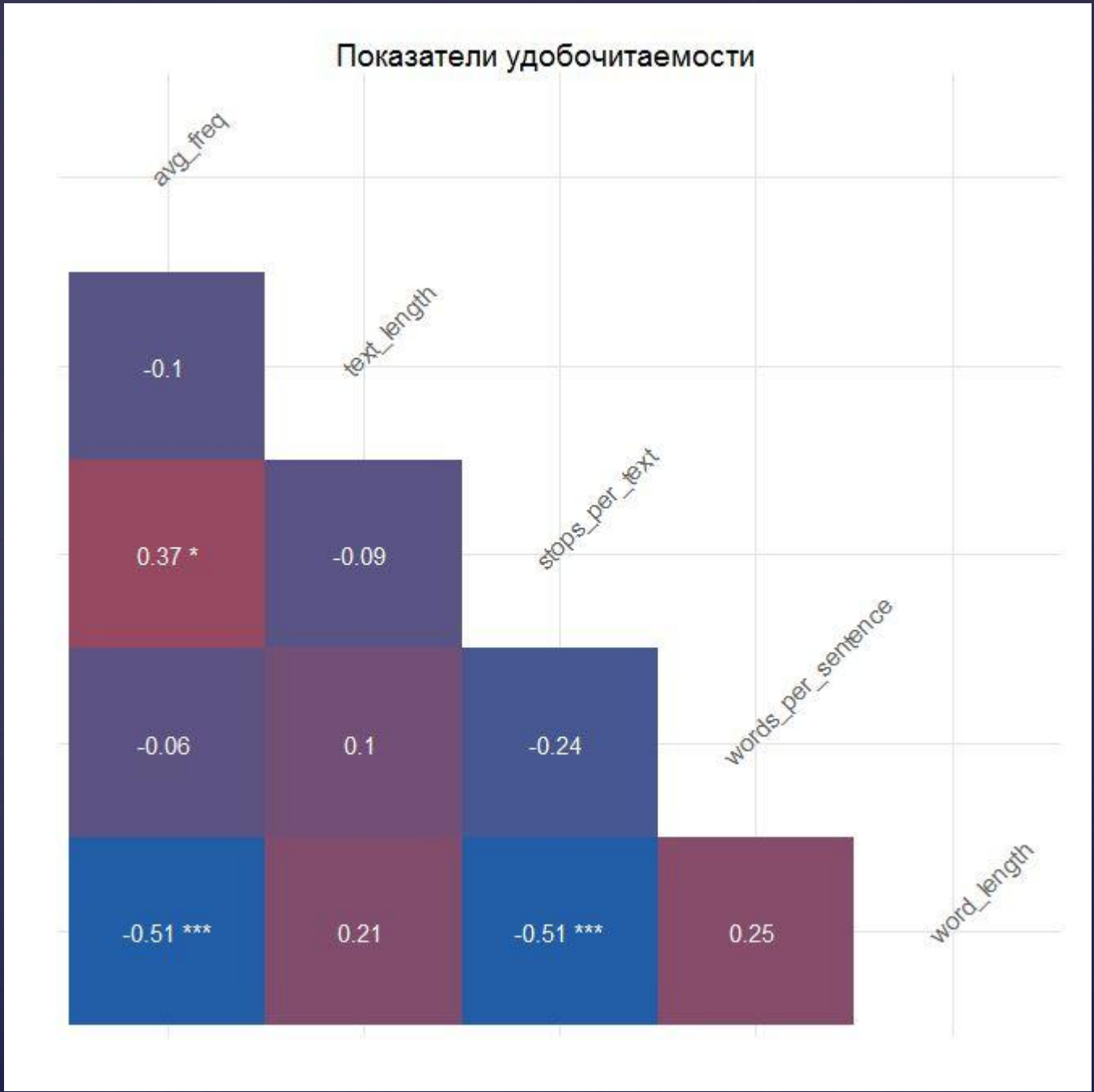
Метакогнитивные оценки:

Доверие
Понимание
Удобство чтения

# Исследование

- 40 текстов – заметок из ЖЖ (M=2000 знаков, SD=206)
- 25 экспертов (студенты фак-та психологии, 2ой курс)
- Оценка 10 текстов по 14 шкалам: ДШЭ, аффект, удобочитаемость, понимание, доверие
- Автоматические оценки удобочитаемости

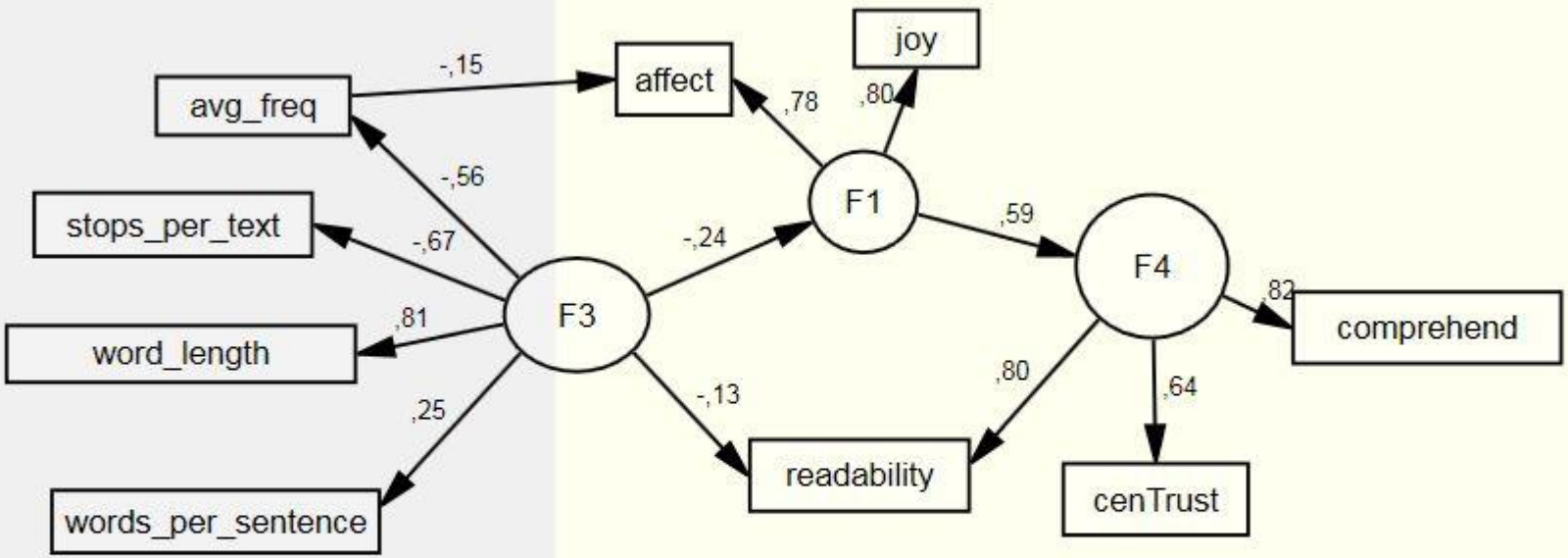
# Оценки удобочитаемости


Показатели удобочитаемости
avg_freq
text_length
stops_per_text
words_per_sentence
word_length
-0.1
0.37 *
-0.09
-0.06
0.1
-0.24
-0.51 ***
0.21
-0.51 ***
0.25

# Результаты

- ДШЭ – много пропусков (>50% для позитивных шкал, от 75% для остальных). Коррелируют с оценкой аффекта.
- Оценки аффекта, удобочитаемости, понимания, доверия коррелируют друг с другом ($p<0,001$, $rs>0,3$).
- Длина слов + частота встречаемости -> аффект
- Длина слов + N знаков препинания -> понимание
- Длина слов + N знаков препинания -> удобочитаемость
- Аффективной оценка + понимание -> доверие
- Доверие + легкость чтения -> аффективная оценка
- Аффективная оценка + понимание –> удобочитаемость

# Результаты




Chi-square (df=23) = 45,327; p = ,004
RMSEA = ,068 ; PCLOSE = ,148

# Заключение

- И объективные и субъективные оценки удобочитаемости текста связаны с его аффективной оценкой, а аффективная оценка связана с доверием к тексту.
- Создана структурная модель связи между удобочитаемостью, аффективной оценкой и доверием.
- Подтверждается гипотеза об опосредующем влиянии аффективной оценки на уровень доверия.
- В общем, чем проще написан текст, тем больше шансов, что он понравится. А чем больше шансов, что он понравится, тем больше шансов, что ему поверят.

Спасибо за внимание!

:{