

УДК 159.95

СПЕЦИФИКА КАТЕГОРИЗАЦИИ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ У АКТИВНЫХ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Е. И. МЕДВЕДСКАЯ¹⁾

¹⁾Брестский государственный университет им. А. С. Пушкина, бульв. Космонавтов, 21, 224016, г. Брест, Беларусь

Обсуждается категоризация как один из ведущих механизмов познавательной деятельности, проявляющийся также в познании личности другого человека. Представлены результаты изучения когнитивной сложности сознания в области социальной перцепции у взрослых активных интернет-пользователей. Эмпирически доказано, что она существенно ниже, чем у любителей традиционного чтения с бумажного носителя. Предложено объяснение зафиксированному упрощению категоризации через особенности медиаобраза как ведущей единицы кодирования интернет-информации.

Ключевые слова: категоризация; когнитивная сложность; знаковая система; печатное слово; медиаобраз; семантический дифференциал; факторный анализ.

SPECIFICS OF CATEGORIZATION IN THE FIELD OF SOCIAL PERCEPTION IN ACTIVE INTERNET USERS

E. I. MEDVEDSKAYA^a

^aBrest State A. S. Pushkin University, 21 Kasmanaŭtaŭ Boulevard, Brest 224016, Belarus

Categorization as one of the leading mechanisms of cognitive activity, which is also manifested in personality cognition of another person is discussed. The results of the study of the cognitive complexity of consciousness in the field of social perception in adult active Internet users are presented. It has been empirically proven that it is significantly lower than that of those who like traditional reading from paper. An explanation is offered to the fixed categorization simplification through the features of the media image as the leading unit for coding Internet information.

Keywords: categorization; cognitive complexity; sign system; printed word; media image; semantic differential; factor analysis.

Введение

Изучение категоризации как процесса познания и категорий сознания как результатов этого процесса имеет довольно длительную историю в философии, психологии, психофизиологии и иных науках. Благодаря работам Дж. Брунера и других представителей когнитивной психологии категоризация является одним из базовых понятий пси-

хологической науки. Это «свойство познания вообще» [1, с. 14], «одна из наиболее базовых функций живых организмов»¹ [2, р. 89], «основной способ организации опыта» [3, с. 10], «базис для построения наших знаний о мире» [4, р. 2]. В отечественной психологии для обозначения этого процесса чаще используются термины «означивание» или «опос-

¹Здесь и далее перевод наш. – Е. М.

Образец цитирования:

Медведская ЕИ. Специфика категоризации в области социальной перцепции у активных интернет-пользователей. Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2019;2:108–114.

For citation:

Medvedskaya EI. Specifics of categorization in the field of social perception in active Internet users. *Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology*. 2019;2:108–114. Russian.

Автор:

Елена Ивановна Медведская – кандидат психологических наук, доцент; доцент кафедры психологии психолого-педагогического факультета.

Author:

Helen I. Medvedskaya, PhD (psychology), docent; associate professor at the department of psychology, psycho-educational faculty.
emedvedskaja@mail.ru

редованность значением». В результате теоретико-эмпирических исследований категоризации в современной психологии фактически стали синонимичными такие фундаментальные понятия, как восприятие и познание (Дж. Брунер, С. Харнад), восприятие и осознание (В. Ф. Петренко, А. Г. Шмелев), восприятие и понимание (А. А. Бодалев).

В теоретическом истолковании и эмпирическом изучении категоризации сложилось несколько психологических подходов, основные из которых – классический когнитивный (Дж. Брунер) и прототипический (Э. Рош). Общим основанием названных подходов стали экспериментальные работы представителей Вюрцбургской школы, посвященные процессам перцепции и апперцепции, совокупность которых обеспечивает достаточную независимость восприятия субъекта от внешних условий. Объединяет представителей классического подхода и теории прототипов принятие базовой идеи об осуществлении восприятия в категориях.

Дж. Брунер полагал, что категоризация – это обобщение, а категорию определял через общие признаки образующих ее объектов: «Категоризацию предмета или события – отнесение его к какому-то классу или идентификацию его – можно уподобить тому, что в теории множеств называется отнесением элемента некоего множества к некоторому его подмножеству на основе таких упорядоченных пар, троек или n признаков, как мужчина – женщина, мезоморф – эндоморф – эктоморф или, скажем, высота предмета с точностью до сантиметра» [1, с. 14].

Основной функцией категоризации Дж. Брунер считал функцию построения модели мира: усваивая определенные категории и их системы, субъект научается не только фиксировать происходящее. Благодаря категориям-обобщениям он как раз может выходить за пределы наглядно воспринимаемой ситуации, объяснять и предсказывать явления. Адекватность субъективного отражения мира обусловлена умением сопоставлять воспринимаемые признаки объектов с некоторой эталонной системой категорий, сформированной в итоге обобщения предшествующего опыта и нуждающейся в постоянном дальнейшем уточнении.

Развивая доказанные Дж. Брунером идеи, С. Харнад предлагает отождествлять уже не категоризацию и восприятие, а категоризацию и познавательную деятельность в целом: «Познавать – значит категоризировать: познание есть категоризация» [5, р. 19].

Продолжающиеся с 1970-х гг. дискуссии между сторонниками когнитивного и прототипического подходов к категоризации затрагивают несколько принципиальных вопросов. Один из них – природа категорий и их строение. В рамках когнитивного подхода этот вопрос однозначно решается в пользу

дискретного строения категорий и наличия у них четких границ, в рамках прототипического подхода границы между категориями континуальны. Другой важный вопрос касается возможностей операционализации категоризации. С. Харнад в рамках сугубо когнитивного подхода предлагает дифференцировать три пути изучения:

- моделирование процессов категоризации при помощи искусственного интеллекта, искусственных нейронных сетей, позволяющее с различных сторон описать разные уровни переработки информации;
- экспериментальное изучение и построение моделей выполнения различных задач на категоризацию, а также исследование процессов усвоения категорий в процессах научения и развития;
- изучение категоризации посредством точных психофизических методов. В рамках данного направления анализируются преимущественно механизмы различения (дискриминации) и классификации (отождествления) [6].

Однако, несмотря на аппаратный инструментальный исследования, одним из остродискуссионных вопросов остается следующий: «На какой стадии переработки информации (сенсорной, перцептивной, при принятии решения) происходит категоризация?» [7, с. 72].

Таким образом, даже среди представителей одного теоретического подхода к изучению категоризации отсутствует единство мнений об эмпирических методах ее исследования. В отечественной психологии наиболее разработанной областью науки, изучающей генезис, строение и функционирование категорий обыденного познания, является экспериментальная психосемантика. По мнению академика В. Ф. Петренко, основателя данного направления, психосемантика реализует субъектную конструктивистскую парадигму психологии, позволяющую обнаружить те способы познания, которыми оперирует другой субъект [8].

Согласно сложившейся когнитивной традиции В. Ф. Петренко рассматривает категоризацию как процесс классификации (или когнитивной организации) субъектом актуально воспринимаемой информации в соответствии с уже имеющимся у него знанием. Категории, как обобщенные системы значений, являются тем опосредствующим звеном, через которое преломляются различные формы активности субъекта, в том числе и познавательной.

Основным методом изучения категоризации и одновременно формой модельного представления структур сознания в психосемантике выступает метод моделирования семантических пространств. Под семантическим пространством понимается особым образом структурированная система описания действительности. В. Ф. Петренко выделяет

несколько параметров семантического пространства, каждый из которых соответствует определенному аспекту когнитивной организации сознания. Во-первых, это размерность пространства (или число независимых категорий), отражающая объем знаний или когнитивную сложность сознания субъекта в конкретной содержательной области. Во-вторых, это содержание образующих пространство категорий, которое демонстрирует ведущее основание познания действительности. В-третьих, это перцептуальная или разрешительная сила признака, по которому происходит категоризация, что говорит о субъективной значимости используемого для нее основания.

Категоризация осуществляется на нескольких уровнях. На глубинном, или простом, уровне она строится на эмоционально-оценочных основаниях, а ее итогом выступают три универсальные категории: оценка, сила и активность (пространство *EPA: Evaluation – Potency – Activity*) [9]. Многочисленные экспериментальные работы, проводимые с представителями различных языковых культур, разного уровня образования и категорий психического здоровья, подтвердили универсальность выделенных Ч. Осгудом и его сотрудниками координат человеческого сознания *EPA*: оценки, силы и активности. Инвариантность названных координат объясняется наличием уровня «глубинной семантики», на котором действует синестетический механизм категоризации. Механизм синестезии запускается на ранних стадиях презентации объекта субъекту, когда сознанию в нерасчлененном виде представлены эмоциональные и перцептивные характеристики объекта. Универсальность этого глубинного кода категоризации действительности обусловлена универсальностью человеческих эмоций (точнее, их сигнальной функцией), обеспечивающей адаптацию к окружающему миру. Более сложные, развитые формы категоризации возникают по мере знакомства с некоторой содержательной областью, т. е. в силу усвоения человеком системы обобщений-эталонов, принятых в определенной культуре. Это усложнение выражается как в увеличении числа категорий, так и в изменении принципа их организации уже не столько по коннотативным (эмоциональным), сколько по денотативным (предметным) основаниям. Таким образом, знание предмета приводит к расщеплению универсальных категорий, что делает пространство более многомерным.

Современные исследования, посвященные индексированию значений, идут в нескольких направлениях: во-первых, это линия построения частных семантических пространств для узких понятийных классов объектов; во-вторых, линия построения семантических пространств для однородных популяций, дифференцированных по этническому,

возрастному, гендерному, профессиональному и другим критериям. Многократно экспериментально было доказано, что частные семантические пространства хотя и сохраняют определенную преемственность по отношению к универсальному, но имеют различные размерности и различное содержание выделяемых категорий сознания, которые зависят от знаний респондентов в данной содержательной области.

Одной из разновидностей частных семантических пространств выступают личностные семантические пространства. Еще Ч. Осгуд при изучении тезауруса личности выделил восемь факторов [10], три из которых соответствуют универсальным координатам: моральность (оценка), твердость (сила) и возбудимость (активность), а другие пять являются специфическими: рациональность, уникальность, дружелюбие, гордость, определенность.

В российской психологии широко используется методика личностного семантического дифференциала как инструмент описания и средство анализа личности. Например, А. Г. Шмелев [11], работая над созданием методики личностного семантического дифференциала (ЛСД), использовал список из 140 прилагательных. Оценка личности респондентами (студентами) проводилась по 14 репертуарным позициям. В результате факторного анализа было выделено восемь значимых факторов, из которых три ведущих соответствуют универсальным факторам: оценке («порядочный – подлый»), силе («организованный – ленивый») и активности («активный – тихий»).

При шкалировании мужчинами и женщинами портретов современников В. Ф. Петренко выявил семь значимых факторов: моральность, открытость, сила, общительность, акцентуированность Я, уравновешенность, социальная активность. Исследование показало, что структура личностного семантического дифференциала зависит также от объектов шкалирования: если оцениваются знакомые объекты, то ведущим является фактор «моральность» [12].

Данная работа продолжает линию построения частных семантических пространств для однородных групп респондентов. Оно направлено на моделирование категориальных структур знаний о личности в сознании активных интернет-пользователей.

Медиа, породившие в конце прошлого века интернет, продолжают стремительно совершенствоваться: речь уже идет о новых медиа, для обозначения которых используются также термины «веб нового поколения», *Web 2.0*, «онлайн-медиа», «сетевые медиа». В эту группу объединяются все медиа, содержание которых может быть оцифровано и размещено в интернете. А. Кирби предлагает обозначать современную культурную парадигму как

дигимодернизм (или диджимодернизм), фиксируя в данном понятии влияние компьютеров на все сферы культуры [13]. Ученый считает оцифровывание преобладающим культурным фактором нашего времени, который постепенно затягивает все в свою орбиту и выдает уже отформатированным и отредактированным по своему образу.

Содержание этого образа в силу быстрой эволюции медиа остается неизученным. Идеологи *Web 2.0* наряду с техническими возможностями (оцифровка любого содержания и мгновенная его передача на любые расстояния) отмечают также и собственно психологический момент усиления веб-технологии путем «коллективной активности» и «коллективного разума» пользователей [14]. Это возможно благодаря таким ведущим характери-

стикам *Web 2.0*, как гипертекстовость, интерактивность (диалоговый характер потребления информации), децентрализация источников информации и, как следствие, демократизация общества в целом и сознания отдельного индивида в частности.

С психологической точки зрения названные характеристики новых медиа обеспечивают наличие у них определенного развивающего потенциала. Это позволяет предполагать, что активные интернет-пользователи будут обладать некими когнитивными преимуществами по сравнению с другими, а именно: благодаря объему и доступности веб-информации они будут иметь более сложную категориальную структуру сознания, в частности, в сфере социальной перцепции.

Организация и инструментарий исследования

В исследовании (добровольно и анонимно) приняли участие 600 взрослых в возрасте от 35 до 60 лет, имеющих высшее образование (экономическое, юридическое, педагогическое, медицинское), работающих по специальности, проживающих в городской и сельской местности Брестской области. Сбор данных осуществлялся на протяжении 2017–2018 гг. Таким образом, респондентов можно обобщенно охарактеризовать как работников умственного труда, завершивших основные этапы социализации в социокультурной ситуации доцифровой эпохи.

Общая выборка была дифференцирована на две экспериментальные группы на основании анонимного анкетирования, направленного на выявление ведущей для респондентов знаковой системы информации и ежедневных привычек обращения к различным носителям информации. Отнесение субъекта к экспериментальной группе осуществлялось на основе совпадения двух критериев:

- однозначный выбор ведущей знаковой системы в свободное время (интернет или традиционная книга);
- большая часть свободного времени, посвященная взаимодействию с этой системой.

В качестве инструмента изучения знаний о личности был использован метод семантического дифференциала (СД) – «один из самых информативных и универсальных методов исследования социальной перцепции» [11, с. 62].

Компактным и валидным инструментом изучения самосознания и межличностных отношений, который активно используется русскоязычными психологами в социально-психологической, психодиагностической и клинической работе, является методика личностного дифференциала, разработанная сотрудниками Санкт-Петербургского научно-исследовательского психоневрологического института имени В. М. Бехтерева. Названный лич-

ностный дифференциал создан на базе современного русского языка и представляет собой дихотомию из 21 личностной черты. Однако в нашем исследовании не был использован данный готовый инструмент, потому что у этого метода довольно жесткая внутренняя конструкция, он позволяет измерять только три классических осгудовских фактора. Названные факторы при оценивании другого человека по личностному дифференциалу имеют следующее содержание: *оценка* – в восприятии другого выступает как степень его привлекательности/непривлекательности; *сила* – рассматривается как доминирование-подчинение другого; *активность* – категория, которая объединяет в себе коммуникативные черты другого человека. Также необходимо указать на факт, о котором не раз говорил сам Ч. Осгуд и другие специалисты, использующие метод семантического дифференциала: не существует стандартного, пригодного для любого набора стимулов варианта СД, поэтому его необходимо создавать заново для каждого набора оцениваемых объектов и для выборки испытуемых [8–12].

В данном исследовании используется вариант семантического дифференциала, где экспериментальным материалом выступали 40 шкал, обозначающих различные личностные характеристики. При отборе шкал-дескрипторов были учтены следующие моменты.

Во-первых, чтобы инструмент был валидным, необходимо избежать навязывания чуждого респондентам словаря, поэтому в нем использовались те личностные характеристики, которые чаще всего применяют представители конкретной возрастной категории и социального статуса. Для изучения словаря было проведено пилотажное исследование ($n = 100$), представляющее собой ассоциативный эксперимент на слова-стимулы «хороший человек» и «плохой человек». Подобная

инструкция, поляризующая человека, обусловлена тем, что значение никогда не существует в сознании изолированно, само по себе, а только в некоей системе, определенном континууме значений. Говоря словами Ю. М. Лотмана, в означивании какого-либо объекта «исходной точкой оказывается не единичная модель, а семиотическое пространство» [15, с. 146], сам же процесс осознания этого объекта подразумевает его включение «в некоторый смысловой ряд, определяющий наборы синонимов и антонимов» [15, с. 139]. Во-вторых, чтобы не пропустить какого-либо измерения личности, предлагаемые качества были отсортированы по факторам, выделенным в имплицитной теории личности, существующей в обыденном сознании [16]. Поскольку некоторые факторы (прежде всего самоотношения и самопрезентации) фактически отсутствуют в актуальном словаре, они были дополнены наиболее весомыми личностными характеристиками из тезауруса А. Г. Шмелева, а именно: креативный, противоречивый. Таким образом, семантический дифференциал имманентно включал в себя все шесть суперфакторов, обозначающих ведущие личностные категории в русскоязычной культуре. В-третьих, были заданы униполярные шкалы, поскольку их использование «дает дополнительную “степень свободы” в проекции когнитивных структур испытуемых на экспериментальный материал,

так как позволяет выделить субъективную синонимию и антонимию описываемых признаков, не обязательно совпадающую с нормативно-языковой» [8, с. 206].

По заданным шкалам семантического дифференциала участникам исследования предлагалось оценить по 7-балльной шкале (от 1 до 7) несколько личностей: знакомых людей, каждого из которых они сами оценивают как «хорошего» и «плохого» человека, идеального человека и самого себя.

Обработка данных, полученных с помощью семантического дифференциала, осуществлялась посредством факторного анализа. Для решения задачи моделирования категориальных структур знаний о личности были построены матрицы сходства дескрипторов при оценке одного объекта отдельно для разных экспериментальных групп (40 шкал на 100 испытуемых). Затем исходные матрицы (всего 8) подвергались процедуре факторного анализа. Во всех случаях факторный анализ проводился согласно принятой в психосемантике процедуре [8, с. 91, 98, 191, 225]: центроидный метод с извлечением главных компонент, включающий подпрограмму поворота факторных структур *varimax* (программа *SPSS v. 16*). Образующими фактора выступали только те дескрипторы, нагрузка которых имела высокую степень статистической значимости (для 40 переменных $r = 0,4$ при $p \leq 0,01$).

Результаты и их обсуждение

Обработка данных анкетирования позволила разделить общую выборку на три группы:

1) активные интернет-пользователи (180 человек, 30 %);

2) субъекты читающие, т. е. лица, остающиеся приверженцами традиционного печатного слова в своем выборе системы кодирования информации (100 человек, 17 %);

3) смешанный тип, субъекты, не имеющие предпочтений знаковой системы (320 человек, 53 %).

Данное исследование предполагает сравнительный анализ, для осуществления которого был использован метод контрастных групп, поэтому протоколы представителей смешанного типа были исключены из дальнейшей обработки.

Эмпирические данные, полученные посредством семантического дифференциала, позволяют также решить и основную задачу проведенного исследования, заключающуюся в оценке когнитивной сложности знаний о личности у активных интернет-пользователей (другие параметры категориальной организации знаний, т. е. содержание категорий и их валентность, представляется целесообразным исключить из обсуждения). Как уже отмечалось, основным критерием когнитивной сложности в психосемантическом подходе к

операционализации категорий сознания является количество факторов-категорий, однако, несмотря на единодушие в признании данного параметра когнитивной сложности/простоты, дискуссионным остается вопрос об основаниях отбора категорий. Наиболее часто используются критерий Кайзера (или критерий собственных чисел больше единицы) и критерий Хэмфри (абсолютная величина произведения двух максимальных факторных нагрузок должна быть вдвое больше двойки, деленной на корень квадратный из количества наблюдений). Поэтому в таблице отражено количество факторов, полученных на разных критериальных основаниях.

Данные таблицы демонстрируют, что вне зависимости от использованного критерия отбора категорий их число для разных объектов оценивания выше в группе читающих субъектов. Применение критерия Манна – Уитни подтверждает статистическую достоверность выявленных различий ($U = 0$, $p < 0,01$).

Полученные эмпирические данные доказывают, что взрослые активные интернет-пользователи более когнитивно просты в области социальной перцепции по сравнению с субъектами читающими, т. е. они обладают более ограниченными знаниями о личности человека.

Количество факторов, организующих знания о личности у представителей разных групп

The number of factors that organize knowledge about the personality in representatives of different groups

Критерий значимости	Группа респондентов	Объект оценивания			
		Хороший человек	Плохой человек	Я	Идеальный человек
Критерий Кайзера	Субъекты читающие	19	19	19	17
	Активные интернет-пользователи	14	16	15	15
Критерий Хэмфри	Субъекты читающие	6	4	5	5
	Активные интернет-пользователи	1	3	3	2

Таким образом, выдвинутая гипотеза о наличии когнитивных преимуществ у пользователей *Web 2.0* в области социальной перцепции не подтвердилась. Вероятно, объяснение данного факта следует искать не столько в возможностях интернета, сколько в характере ведущей для данной технологии знаковой системы. В цифровой (электронной) культуре, как и в традиционной (печатной), ведущей составляющей продолжает оставаться визуальная. Однако изменяется единица кодирования информации: если традиционно ею выступало слово, то теперь оно вытесняется медиаобразом.

Основными особенностями медиаобраза (точнее, потока образов) выступают:

- технический характер производства и передачи;
- высокая скорость трансляции;
- мультимодальный режим передачи информации;
- преимущественно иконический характер информации;
- суггестивность воздействия.

Названные особенности образа объясняют и его психологическое воздействие (которое, кстати, непсихологами тоже описывается очень образно и метафорично): «бомбардировка» сознания образами (Э. Тоффлер), «захват сознания» (М. Маклюэн), «ослепляющий поток» образов (М. Кастельс), «навязывающий» ящик (Д. Рашкофф) и др. Помимо того что этот поток воздействует преимущественно на зрение как на главный орган восприятия информации, его еще можно считать благоприятствующим содержанию сознания человека, которое в эмпирическом опыте предстает как «непрерывно меняющаяся совокупность чувственных и умственных образов, непосредственно предстающих перед субъектом в его “внутреннем опыте” и пред-

восхищающих его практическую деятельность» [17, с. 368–369]. Однако неестественные и постоянно наращиваемые скорость и мощность потока медиаобразов, вероятно, вызывают и определенные «сдвиги» в сознании и его функционировании, делая его менее способным к концентрации на предмете, целеполаганию и планированию, к остановке и критическому анализу.

Произошедшая в последние десятилетия цифровая революция буквально на глазах трансформировала практически все области социальной практики в цифровую повседневность. Однако с ее наступлением явно смещаются акценты при обращении к электронным технологиям. Если первоначально возможности компьютера и интернета использовались с позиции извне, для решения конкретных задач (увеличения точности расчетов и объема информации, ускорения темпа передачи и др.), то сейчас пользователи находятся преимущественно в позиции внутри: они включены в информационный поток, и поэтому вовлечены не столько в его содержание, сколько в процесс регулирования (нажимать на кнопки, реагировать на всплывающие окна и сообщения, блокировать и т. п.). Иначе говоря, на практике становятся приоритетны не столько целенаправленный поиск и переработка информации (и, соответственно, итог данного процесса, приращение знаний), сколько удобство и комфортность ее получения. Подобное смещение акцентов вполне закономерно приводит к тому, что оптимистические ожидания и в отношении телевидения (как средства когнитивного развития зрителей), и в отношении интернета (как глобальной интеллектуальной лаборатории, предназначенной для производства нового знания) на практике стихийным образом не реализуются.

Заключение

В области социальной перцепции взрослые активные интернет-пользователи более просты когнитивно по сравнению с любителями традиционного чтения. Личность человека, независимо от используемых критериев отбора факторов, представлена в их сознании меньшим количеством категорий.

Это доказывает, что у экрана монитора не происходит совершенствования категоризации, т. е. благодаря новым цифровым технологиям у их

пользователей не формируются произвольным образом новые системы кодирования воспринимаемой информации о личности.

Особенности медиаобраза как ведущего знака кодирования информации в интернет-технологии оставляют пользователя в рамках наглядно данной ситуации, что не позволяет процессу категоризации реализовывать свои основные функции объяснения и предсказания действительности.

Библиографические ссылки

1. Брунер Дж. *Психология познания*. Москва: Прогресс; 1977. 414 с.
2. Mervis CB, Rosch E. Categorization of natural objects. *Annual Review of Psychology*. 1981;32:89–115. DOI: 10.1146/annurev.ps.32.020181.000513.
3. Лакофф Дж. *Женщины, огонь и опасные вещи: что категории языка говорят нам о мышлении*. Москва: Языки славянских культур; 2004. 792 с.
4. Cohen H, Lefebvre C. Bridging the category divide. In: Cohen H, Lefebvre C, editors. *Handbook of Categorization in Cognitive Science*. Montreal: Elsevier; 2005. p. 1–15.
5. Harnad S, Cohen H, Lefebvre C. To cognize is to categorize: cognition is categorization. In: Cohen H, Lefebvre C, editors. *Handbook of Categorization in Cognitive Science*. Montreal: Elsevier; 2005. p. 20–42.
6. Harnad S. Psychophysical and cognitive aspects of categorical perception: a critical overview. In: Harnad S. *Categorical Perception: the Groundwork of Cognition*. New York: Cambridge University Press; 1990. p. 1–28.
7. Куракова ОА. Эффект категориальности восприятия: основные подходы и психофизические модели. *Экспериментальная психология*. 2013;6(1):61–75.
8. Петренко ВФ. *Основы психосемантики*. Санкт-Петербург: Питер; 2005. 480 с.
9. Osgood CE, Suci G, Tannenbaum P. *The Measurement of Meaning*. Chicago: University of Illinois Press; 1957. 342 p.
10. Osgood CE. Studies on generality of affective meaning system. *American Psychologist*. 1962;17(1):10–28. DOI: 10.1037/h0045146.
11. Шмелев АГ. Об устойчивости факторной структуры личностного семантического дифференциала. *Вестник Московского государственного университета. Серия 14, Психология*. 1982;2:62–65.
12. Петренко ВФ. *Психосемантика сознания*. Москва: Московский государственный университет; 1988. 208 с.
13. Kirby A. *Digimodernism: how new Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. New York: Continuum Publishing corporation; 2009. 282 p.
14. Киреев ПС. Новые медиа в современном информационно-коммуникационном пространстве. *Социология*. 2010;2:115–127.
15. Лотман ЮМ. Культура и взрыв. В: Лотман ЮМ. *Семiosфера*. Санкт-Петербург: Искусство; 2004. с. 12–148.
16. Шмелев АГ, Похилько ВИ, Козловская-Тельнова АЮ. Репрезентативность личностных черт в сознании носителя русского языка. *Психологический журнал*. 1991;12(2):27–44.
17. Петровский АВ, Ярошевский МГ, редакторы. *Психология: словарь*. Москва: Политиздат; 1990. 494 с.

References

1. Bruner Dzh. *Psikhologiya poznaniya* [Psychology of knowledge]. Moscow: Progress; 1977. 414 p. Russian.
2. Mervis CB, Rosch E. Categorization of natural objects. *Annual Review of Psychology*. 1981;32:89–115. DOI: 10.1146/annurev.ps.32.020181.000513.
3. Lakoff Dzh. *Zhenshchiny, ogon' i opasnye veshchi: chto kategorii yazyka goworyat nam o myshlenii* [Women, fire and dangerous things: what categories of language tell us about thinking]. Moscow: Yazyki slavyanskikh kul'tur; 2004. 792 p. Russian.
4. Cohen H, Lefebvre C. Bridging the category divide. In: Cohen H, Lefebvre C, editors. *Handbook of Categorization in Cognitive Science*. Montreal: Elsevier; 2005. p. 1–15.
5. Harnad S, Cohen H, Lefebvre C. To cognize is to categorize: cognition is categorization. In: Cohen H, Lefebvre C, editors. *Handbook of Categorization in Cognitive Science*. Montreal: Elsevier; 2005. p. 20–42.
6. Harnad S. Psychophysical and cognitive aspects of categorical perception: a critical overview. In: Harnad S. *Categorical Perception: the Groundwork of Cognition*. New York: Cambridge University Press; 1990. p. 1–28.
7. Kurakova OA. The effect of categorical perception: the main approaches and psychophysical models. *Experimental Psychology (Russia)*. 2013;6(1):61–75. Russian.
8. Petrenko VF. *Osnovy psikhosemantiki* [Basics of psychosemantics]. Saint Petersburg: Piter; 2005. 480 p. Russian.
9. Osgood CE, Suci G, Tannenbaum P. *The Measurement of Meaning*. Chicago: University of Illinois Press; 1957. 342 p.
10. Osgood CE. Studies on generality of affective meaning system. *American Psychologist*. 1962;17(1):10–28. DOI: 10.1037/h0045146.
11. Shmelev AG. [On the stability of the factor structure of the personal semantic differential]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 14, Psikhologiya*. 1982;2:62–65. Russian.
12. Petrenko VF. *Psikhosemantika soznaniya* [Psychosemantics of consciousness]. Moscow: Moscow State University; 1988. 208 p. Russian.
13. Kirby A. *Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. New York: Continuum Publishing Corporation; 2009. 282 p.
14. Kireev PS. New media in the modern information and communication space. *Sotsiologiya*. 2010;2:115–127. Russian.
15. Lotman YuM. [Culture and Explosion]. In: Lotman YuM. *Semiosfera* [Semiosphere]. Saint Petersburg: Iskustvo; 2004. p. 12–148. Russian.
16. Shmelev AG, Pokhil'ko VI, Kozlovskaya-Tel'nova AYU. [Representativeness of personality traits in the consciousness of a native Russian speaker]. *Psikhologicheskii zhurnal*. 1991;12(2):27–44. Russian.
17. Petrovskii AV, Yaroshevskii MG, editors. *Psikhologiya: slovar'* [Psychology: dictionary]. Moscow: Politizdat; 1990. 494 p. Russian.