

JACEK WASILEWSKI
ORCID: 0000-0003-1926-9950

Katedra Antropologii Mediów
Uniwersytet Warszawski

AGATA KOSTRZEWA
ORCID: 0000-0001-8460-2508

Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii
Uniwersytet Warszawski

Jak postrzeganie autorstwa tekstu wpływa na ocenę jego zrozumiałości, wartości i walorów estetycznych oraz na emocje wywołane tekstem

Abstrakt

Celem artykułu jest wykazanie, czy autorstwo tekstu wpływa na jego odbiór oraz jak postrzegane autorstwo wpływa na ocenianie zrozumiałości tekstu przez respondentów. W pomiarze wpływu autorstwa na postrzeganie tekstu wykorzystaliśmy metody biometryczne (*face-tracking* i *eye-tracking*), które zostały uzupełnione o odpowiedzi ankietowe. Badanie emocji ujawniło zróżnicowanie reakcji emocjonalnych u respondentów na ten sam tekst, w zależności od przypisywanego tekstem autorstwa. Wpływ związany jest z wywołującym emocje dystansem lub akceptacją wobec autora tekstu. Dystans ten odnosi się do wyznaczników stylu życia grupy, którą odbiorca reprezentuje lub do której aspiruje.

Słowa kluczowe: emocje, wiarygodność, kultura, badania biometryczne, przystępność językowa.

A zatem dlaczego Słowacki wzbudza w nas zachwyt i miłość? Dlaczego płaczymy z poetą czytając ten cudny, harfowy poemat w Szwajcarii? [...] Dlaczego zachwyt, miłość, płaczymy, poryw, serce i łeciec, pędzić? — Dlatego, że wielkim poetą był! [...]. Kochamy Juliusza Słowackiego i zachwycamy się jego poezjami, gdyż był on wielkim poetą

— czytamy w *Ferdydurke*. Jednocześnie wiemy z badań psychologów o efekcie Ascha, kiedy grupa zgadza się, że Słowacki zachwyca, i o efekcie z badań Milgrama, że zgadzamy się z hołdami narodowymi, zwłaszcza, gdy chcemy uchodzić za osobę wykształconą.

Chcemy w tym tekście określić związek między postrzeganiem i akceptacją autora a jego odbiorem emocjonalnym i oceną jego zrozumiałości.

Jeśli przypiszemy autorstwo tego samego krótkiego, jednozdaniowego tekstu o indeksie mglistości na poziomie najwyższej szkoły średniej, do różnych osób, to zakładamy, że identyfikacja z tymi osobami będzie wpływać na ocenę tekstu. Czy jednak będzie wpływać również na zrozumiałość? Czy tekst, postrzegany jako fragment tekstu popularnego, będzie oceniany jako bardziej zrozumiały niż tekst z kanonu literackiego?

Pojawiają się więc następujące pytania badawcze:

1. Czy poszczególne osoby, podpisane jako autorzy cytatu, będą wywoływać różne emocje u respondentów?

2. Która grupa autorów — elitarnych czy popularnych — będzie wzbudzała większe emocje?

3. Teksty przypisane do której grupy autorów — elitarnych czy popularnych — będą postrzegane jako bardziej zrozumiałe?

W kontekście tych pytań badawczych trzeba wspomnieć o kilku istotnych kwestiach dotyczących wywoływania emocji przez tekst.

Nawet jeśli odbiorcy wydaje się, że pozostaje obiektywny i bezstronny, to pozytywne i negatywne reakcje mogą być wywołane podświadomie i pozostają niedostępne w toku introspekcji (Berridge, Winkielman 2002). Pomimo nieujawnienia subiektywnych odczuć w takich przypadkach reakcje afektywne wywołane podświadomie nadal wpływają na oceny preferencji, a nawet na ilość wypijanego napoju. Tak więc procesy leżące u podstaw świadomych uczuć mogą zostać oddzielone od procesów leżących u podstaw reakcji emocjonalnych, co skutkuje autentycznie nieświadomymi emocjami. Takie nieświadome antypatie i sympatie mogą być relewantne także odnośnie do zachowań politycznych, a polityka w pewnym sensie może działać jak narkotyk w procesie aktywacji systemu mezo limbicznego w mózgu (Berridge, Winkielman 2003: 663).

W badaniach Blanchette (Blanchette, Richards 2004; Blanchette 2006) nad wpływem rozumowań logicznych zawierających słowa o emocjonalnym zabarwieniu, uczestnicy eksperymentu byli mniej skłonni do udzielania poprawnych odpowiedzi podczas rozumowania na temat bodźców emocjonalnych w porównaniu z bodźcami neutralnymi, przy czym jednak emocje w zadaniach logicznych nie wpłynęły na interpretację. Podobnie interpretowano emocjonalne i neutralne instrukcje warunkowe. Pytanie, które sobie zadajemy w tym tekście, dotyczy opinii narzucających czytelnikowi ocenę, a niebędących wynikiem operacji logicznych.

Blanchette i Richards (2010) stworzyli przegląd badań dostarczających ewentualnych dowodów na to, że emocje wpływają na interpretację, osąd, podejmowanie decyzji czy postrzeganie przyczynowości. Badacze podkreślają podstawowe różnice między efektami afektu incydentalnego (stany uczuciowe niezwiązane z treścią semantyczną zadania poznawczego) i afektem integralnym (stan uczucia jest spowodowany treścią zadania poznawczego lub jest z nim powiązany). Generalnie,

ustalenia eksperymentalne wskazują, że uprzedzenia interpretacyjne są związane przede wszystkim z lękiem, podczas gdy bardziej ogólne efekty związane z nastrojem można dostrzec w ocenie. Wpływ emocji na podejmowanie decyzji i rozumowanie jest dość złożony, przy czym emocje czasami utrudniają normalnie prawidłowe myślenie, a czasami je promują. Emocje mają również istotny wpływ na styl rozumowania.

Jednym z mechanizmów, który wyjaśnia wpływ emocji na ocenę, zwłaszcza w kontekście uruchamiania skryptów pamięciowych (w odniesieniu do naszego badania jest to choćby znajomość autora wypowiedzi, wiążąca się z sympatią lub antypatią) jest teoria rozprzestrzeniającej się aktywacji (Collins, Loftus 1975). Według proponowanego przez nią modelu poznawczego słownik umysłowy człowieka funkcjonuje jako sieć wzajemnie powiązanych słów i pojęć w taki sposób, że pobudzenie jakiegokolwiek części wywołuje wibracje rozprzestrzeniające się na części z nią połączone.

Co więcej, badacze narracyjni, tacy jak Fisher (1987), uważają, że słowa te funkcjonują w całościach narracyjnych i to narracje o świecie, osobach, ich celach i działaniach są mechanizmem, który jest odpowiedzialny za emocjonalną ocenę. Narracje o świecie mówią nam, co jest dobre, a co złe, a postrzegane osoby waloryzowane są w ramach zgodności z owym dobrem czy złem. Takie narracje prezentowane przez media jako całość mogą tworzyć wiarygodność informacji w nich zawartych (Metzger *et al.* 2003; Wasilewski *et al.* 2017; Mierzecka, Kisilowska, Wasilewski 2019), a emocje wywoływane przez świadomość samych medialnych źródeł informacji zniekształcają odbiór informacji.

Ale nie tylko kwestie światopoglądowe odpowiadają za różnice interpretacyjne i różnice w ocenie. Bogata jest literatura dotycząca framingu i jego wpływu na ocenę — zarówno jeśli chodzi o produkty rynkowe (Kuypers 2010; Levin, Gaeth 1988), jak i kwestie ekonomiczne czy polityczne (Kahneman 2012). W naszym badaniu za ramę można uznać autorstwo wypowiedzi, na którą reagują respondenci. Jak wykazują badacze, już sama płęć autora może w znaczący sposób wpływać na ocenę tekstu (Paludi, Strayer 1985).

Przy tym, jak wskazywałaby koncepcja kognitywnej struktury emocji (Ortony, Clore, Collins 1988), to preferowane media wyznaczają autorowi wypowiedzi rolę w mediach — która podoba nam się bądź nie, jest zgodna z naszymi celami bądź nie i jest odpowiedzialna za emocje wywoływane samym przeczytaniem nazwiska oraz wpływem tych emocji na oceny wypowiedzi (por. Ortony, Clore, Collins 1988: 19). Przy tym jednak — jak się okaże w omawianym dalej badaniu, sama akceptacja autora wypowiedzi i jej „zgodność” z oceną tego, co dobre, właściwe, słuszne, wywołuje znikomy poziom pozytywnych emocji podczas czytania tekstu — tekst jest traktowany jako „bezpieczny”, natomiast właśnie negatywne emocje mogą wywoływać efekt obrony przez autorem, a przez to również przed przypisanym do niego tekstem.

Pojawia się tu pytanie — czy wpływ emocjonalny dotyczy samego zgodzania się z wyrażoną w tekście opinią, czy wpływa również na ocenę innych cech tekstu, jak

na przykład wartość artystyczna (w przypadku wypowiedzi zaczerpniętych z dzieł artystów) czy samej zrozumiałości tekstu. Zwłaszcza w kontekście wpływu emocji na ocenę tej ostatniej cechy poziom trudności tekstu powinien być przeciętny lub niski, aby gwarantować przeciętnemu odbiorcy szybki dostęp do zawartych w nim informacji. Przy tym trudność jest immanentną cechą samego tekstu, którą można zmierzyć obiektywnie, biorąc pod uwagę cechy formalne języka. Natomiast zrozumiałość, to własność przypisywana tekstowi przez jego czytelnika na podstawie subiektywnej oceny procesu percepcji (Broda *et al.* 2010).

Metodologia i przebieg badania

Nasze badanie przeprowadziliśmy na grupie 100 studentów i studentek studiów stacjonarnych dziennikarstwa i medioznawstwa. Były to osoby w podobnym wieku (20–26 lat), studiujące na różnych latach oraz deklarujące zainteresowanie sprawami kultury.

Proces osądu zależy od aktywności osoby na poziomie systematycznym lub heurystycznym oraz niskiego lub wysokiego zaangażowania w informacje (Chaiken 1980; Brewer, Kramer 1986; Lewin 1987; Maheswaran i Meyers-Levy 1990; Tykocinski, Higgins, Chaiken 1994). Warto zauważyć, że na jednolitej grupie respondentów, o podobnym kapitale społeczno-kulturowym daje się zaobserwować podobne reakcje emocjonalne na obejrzone/przeczytane materiały; w tym sensie studenci byli odpowiednią grupą badawczą.

Eksperyment został zrealizowany w kwietniu 2017 roku w Laboratorium Badań Medioznawczych na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Wszyscy studenci z próby badawczej widzieli te same cytaty. Połowa z nich jednak jako autora cytatu wpisanego miała przedstawiciela/przedstawicielkę ze szkolnego kanonu literatury — poetę lub poetkę, pozostali zaś widzieli ten cytat podpisany jako słowa popularnego wokalisty lub wokalistki z obszaru kultury popularnej, postrzeganej jako kultura niska. Materiałem do badania były rzeczywiste cytaty poetów i poetek. Respondenci otrzymali informację, że na ekranie przed nimi zostanie wyświetlony tekst, który będą oceniać pod kilkoma względami. Teksty były poprzedzone przypisanymi losowo wybranymi imionami i nazwiskami autora¹. Przy tym żaden z tekstów nie cechował się większym poziomem trudności niż kompetencja komunikacyjna wybranej grupy respondentów. Wyniki i reakcje każdego respondenta zostały zmierzone indywidualnie i anonimowo. Każdy z nich dowiedział się, że eksperyment został zarejestrowany.

¹ W innych częściach badania, które dotyczyło także autorów z obszaru polityki i religii, niektóre cytaty nie zawierały nazwiska autora lub źródła, żeby sprawdzić reakcje na sam tekst i na tekst z autorem. W tym artykule przedstawiamy tylko wyniki dotyczące kultury, w którym teksty były podpisywane nazwiskami autorów.

Podczas badania respondenci, przebywając sami w pokoju badań, czytali na ekranie komputera cytaty, które były podpisane jako słowa jednej z dwóch osób. W tym artykule zostaną opisane następujące zestawienia autorstw przypisanych do cytatów:

Przykład 1: Juliusz Słowacki lub Sławomir Świerzyński — zespół Bayer Full

Przykład 2: Adam Mickiewicz lub Popek — Paweł Ryszard Mikołajuw

Przykład 3: Doda — Dorota Rabczewska lub Wisława Szymborska

Przykład 4: Zespół Akcent (Zenon Martyniuk) lub William Szekspir

Cytaty były prezentowane respondentom w losowej kolejności. Po przeczytaniu informacji każdy z nich został poproszony o ocenę kilku cech podanych fragmentów (w formie kilku stwierdzeń). Oceny respondenci mieli dokonać w skali Likerta. Do cech należały: chęć poznania całego tekstu utworu, z którego pochodzi dany tekst, ocena jego artyzmu, wartości, zrozumiałości oraz głębokości przesłania.

Pomiary

Respondenci zostali poddani badaniu biometrycznemu (*face-tracking* i *eye-tracking*). Badanie miało sprawdzić, w którym momencie zachodzi pobudzenie emocjonalne. Jeśli zaś to pobudzenie wystąpiło — czy i jak bardzo wpływa ono na ocenę wypowiedzi i stopień identyfikacji z nią badanych.

Badanie reakcji emocjonalnych, które wywołuje materiał, zostało przeprowadzone za pomocą *face-tracking*u programem Face-Rader firmy Noldus. Podczas badania twarz respondenta jest rejestrowana; algorytm nakłada na nią siatkę 500 punktów i bada zmiany 44 mięśni twarzy, których odpowiednie napięcia (przybierające postać odległości pomiędzy tymi 500 punktami) odpowiadają poszczególnym emocjom. Algorytm oparty jest na kodowaniu opracowanemu przez Ekmana i Friesena w 1978 roku. Badacze wyróżnili sześć podstawowych emocji: gniew, radość, smutek, strach, obrzydzenie i zaskoczenie. Dodatkowo program mierzy intensywność odczuwanych emocji. Dane te są pokazywane w skali od -100 do 100, gdzie wartości dodatnie oznaczają wzrost, a ujemne — spadek emocji w kontakcie z bodźcem (w naszym badaniu: cytat z podpisem). Wyniki przykładów będą przedstawione tak, by zobrazować, jakie emocje w czasie wywołuje dany przykład tekstu oraz w formie tabeli pokazującej oceny cech tekstu.

Kolejnym elementem badania był pomiar *eye-tracking*owy, który w połączeniu z *face-tracking*iem pozwala sprawdzić, jakie czytane właśnie fragmenty tekstu wywołują konkretne emocje w danym momencie. Badanie polega na mierzeniu ruchu gałek ocznych respondentów podczas zapoznawania się z materiałem. Badanych mierzono stacjonarnym miernikiem SMI, rejestrującym sześćdziesiąt klatek na sekundę. Algorytm potrzebny do opracowania danych biometrycznych należy do firmy Neuroidea. Walidacji algorytmu do badań naukowych dokonali Maison

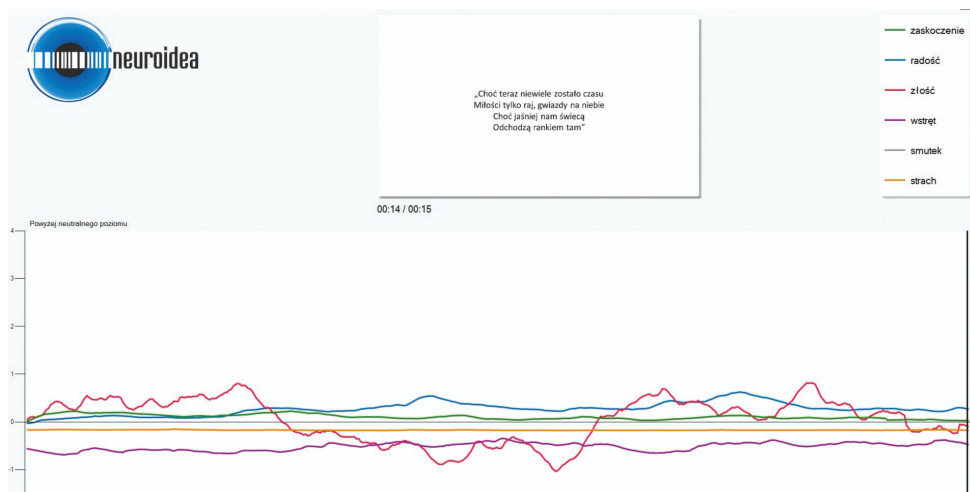
i Pawłowska (2017). W naszym badaniu *eye-tracking* pełnił funkcję pomocniczą, stąd też jego oddzielne wyniki nie zostaną przedstawione.

Wyniki

Przykład 1: Juliusz Słowacki i zespół Bayer Full — Sławomir Świerzyński

Cytat: „Choć teraz niewiele zostało czasu/miłości tylko raj,/gwiazdy na niebie choć jaśniej nam świecą/odchodzą rankiem tam”.

Na wykresie przedstawiono uśrednione poziomy sześciu podstawowych emocji, których doświadczali czytający tekst. Czerwona plama to heatmapa z odczytu facetrackera — wskazująca na lekturę tekstu. Pokazuje ona, gdzie padał wzrok większości badanych. Linie obrazujące reakcje dla każdej emocji powyżej linii zera oznaczają reakcje wywołane przez bodziec.

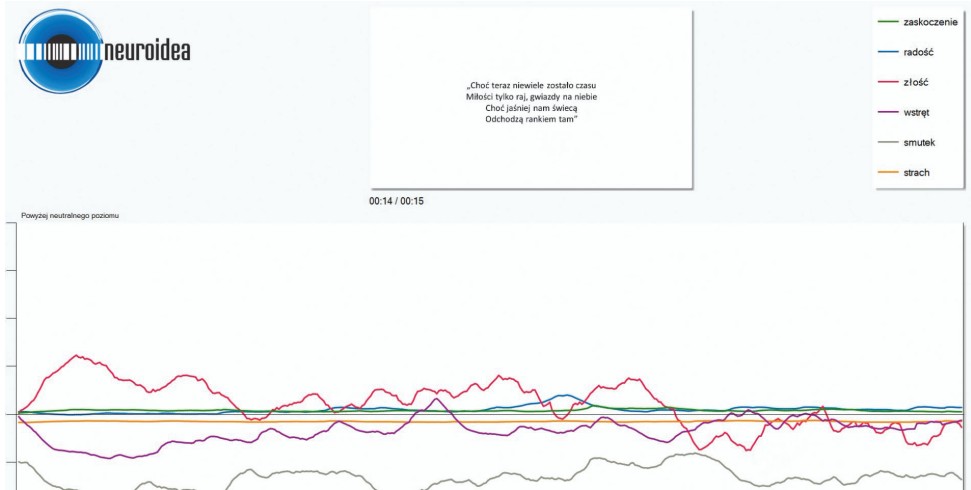


Rysunek 1. Oś reakcji emocjonalnych podczas lektury przez respondentów tekstu poprzedzonego planszą z informacją o autorstwie Juliusza Słowackiego

Źródło: opracowane przez firmę Neuroidea.

Na wykresie widać, iż tekst podpisany nazwiskiem Juliusza Słowackiego nie wywołuje większych emocji. Na początku pojawia się czerwona krzywa, która w tym przypadku może oznaczać przetwarzanie — napięcie mięśnia corugatora (mięśnia marszczącego brwi) na czole, próbę zrozumienia tekstu. Po chwili pojawia się ulga — niebieska linia radości, która utrzymuje się do końca, wraz z łagodnymi próbami zmagania się ze zrozumieniem tekstu.

Jednak kiedy respondenci widzieli tekst przypisany zespołowi Bayer Full, radości było ogólnie mniej (tendencja statystyczna $p = 0,051$), za to złe emocje pojawiały się zwłaszcza na początku tekstu, kiedy respondent musiał się z nim zetknąć. Były to niewielkie różnice.

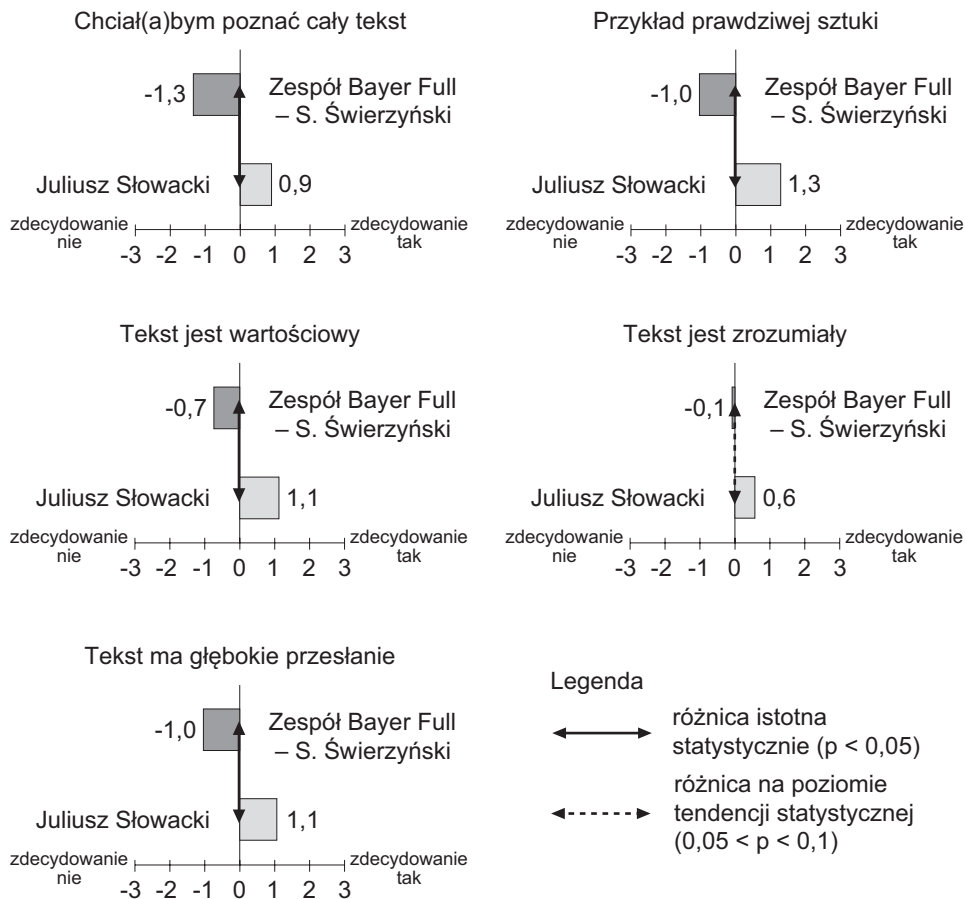


Rysunek 2. Oś reakcji emocjonalnych podczas lektury przez respondentów tekstu poprzedzonego planszą z informacją o autorstwie Sławomira Świerzyńskiego

Źródło: opracowane przez firmę Neuroidea.

Okazuje się, że Słowacki na poziomie emocjonalnym nie wywołuje automatycznego podniecenia i nie zachwyca. Jak jednak wyglądały bardziej racjonalne deklaracje, które badani poczynili na skali Likerta?

Juliusz Słowacki jako autor piosenki disco polo jest zdecydowanie pozytywnie oceniany w porównaniu do Sławomira Świerzyńskiego. Studenci dziennikarstwa, interesujący się kulturą, nie deklarują chęci poznania całego tekstu Świerzyńskiego, nie oceniają go również jak przykładu prawdziwej sztuki, w większości uważają, że tekst nie jest wartościowy i nie ma głębokiego przesłania. Co innego, gdy są przekonani, że autorem jest Słowacki (we wszystkich przypadkach różnica istotna statystycznie, $p = 0,000$). Tekst staje się zarówno wartościowy, jak i bardziej zrozumiały, jeśli podpisany jest jako autorstwa Słowackiego, który wielkim poetą był (różnica na poziomie tendencji, $p = 0,0082$). Świerzyński, będący klasycznym przedstawicielem nurtu disco polo, prawdopodobnie powoduje u respondentów dystans emocjonalny. Słowacki jest postrzegany jako zrozumiały ze względów aspiracyjnych i auto-prezentacyjnych, lider Bayer Full funkcjonuje jako przedstawiciel muzyki, od której respondent się dystansuje. Dodatkowo słowa o poranku i raju wpisują się w tematykę utworów disco polo, co tylko umacnia dystans. Jest to zresztą fragment piosenki zespołu Bayer Full pod tytułem *Serca dwa*.



Rysunek 3. Ocena tekstów przypisanych do Słowackiego i Świerzyńskiego

Źródło: opracowane przez firmę Neuroidea.

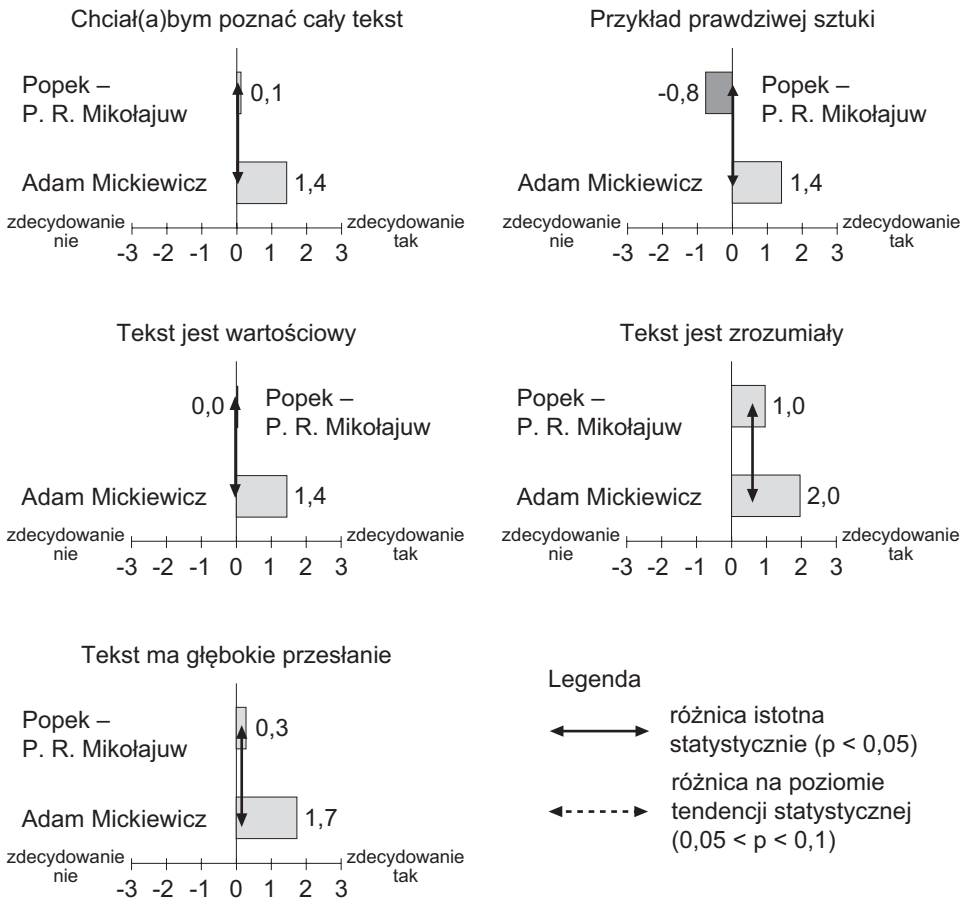
Fragment ten być może nie był zresztą zbyt zrozumiały i zmniejszył szansę na realne przeżycie estetyczne. Omówimy zatem przykład rywala Słowackiego i króla kanonu szkolnego — Adama Mickiewicza. Porównamy reakcje na przypisany mu tekst z reakcjami emocjonalnymi na autorstwo przypisane Popkowi.

Przykład 2: Adam Mickiewicz i Popek — Paweł Ryszard Mikołajuw

Cytat: „Zawsze przy mnie, lecz nie ze mną”

Podobnie płaski wykres emocji jak w przypadku Słowackiego wywołuje fragment tekstu przypisany Mickiewiczowi. Jest on tak krótki, że trudno mówić tu o dłuższym przeżyciu estetycznym. Przypuszczać zatem można, że reakcja emocjonalna

dotyczy samego autorstwa. Nazwisko nie pobudza emocjonalnie badanej grupy, co raczej świadczy o racjonalnym sposobie przetwarzania. Kiedy jednak respondenci byli przekonani, że cytat pochodzi od Popka, odczuwali duży dystans emocjonalny. Widać to w deklaracjach związanych z oceną tekstu. Autorstwo Mickiewicza jest bezpieczniejsze — to pewny przykład prawdziwej sztuki (różnica istotna statystycznie, $p = 0,000$), więcej osób deklaruje chęć poznania tekstu ($p = 0,002$), uważa tekst za wartościowy, głęboki, a przede wszystkim za zrozumiały (we wszystkich przypadkach różnica istotna statystycznie, $p = 0,000$). Charakter fragmentu tekstu pozwala przypuszczać, że chodzi raczej o kategorie zrozumiałości przypisywaną ogólnie Popkowi niż wynikającą z tego cytatu, zaczerpniętego z *Dziadów* Mickiewicza.



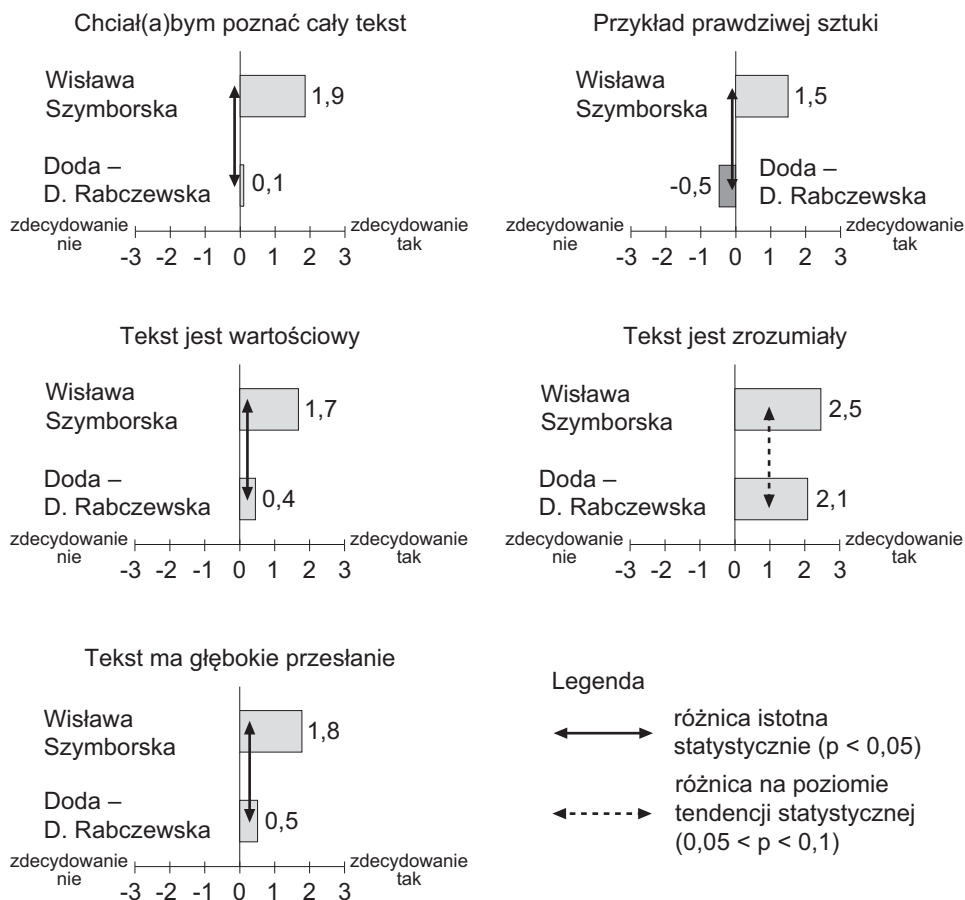
Rysunek 4. Ocena tekstów przypisanych do Mickiewicza i Popka

Źródło: opracowane przez firmę Neuroidea.

Przykład 3: Doda — Dorota Rabczewska i Wisława Szymborska

Cytat: „Przepraszam dawną miłość, że nową uważam za pierwszą”

Podobne zjawisko można zaobserwować w zestawieniu pary Dorota Rabczewska i Wisława Szymborska. Respondenci, którzy czytali tekst, będąc przekonani o autorstwie Dody, odczuwali wyższy poziom złości niż ci przekonani o autorstwie Szymborskiej. (Jedynie przy odczuwaniu wstrętu/obrzydzenia pojawia się różnica na poziomie tendencji statystycznej — $p = 0,096$. Dotyczyło to jednak nie wywołania wstrętu, ale reakcji ujemnej — czyli „tekst Szymborskiej” w większym stopniu obniżał stan wyjściowy obrzydzenia niż „tekst Dody”).



Rysunek 5. Ocena tekstów przypisanych do Dody i Szymborskiej

Źródło: opracowane przez firmę Neuroidea.

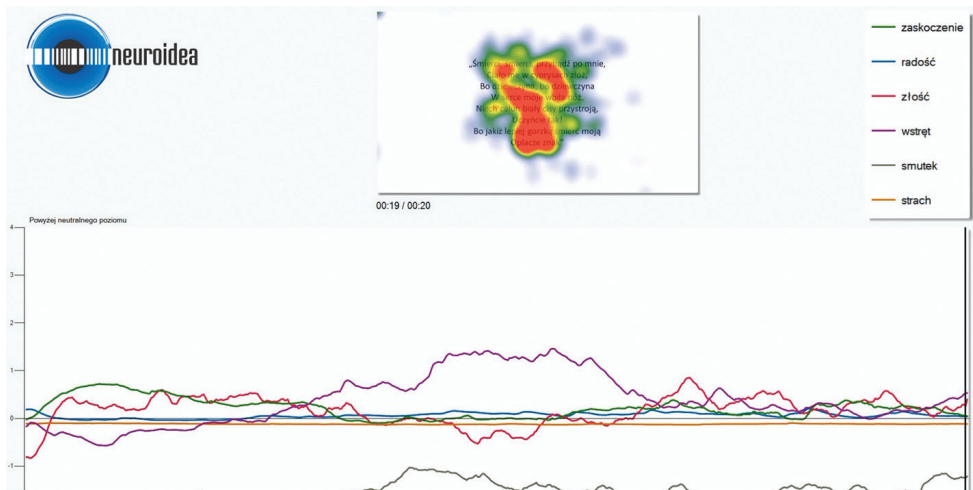
Kluczowe dla naszych rozważań są różnice w ocenie przykładu prawdziwej sztuki (różnica istotna statystycznie, $p = 0,000$) oraz zrozumiałości tekstu. Tekst podpisany nazwiskiem Szymborskiej był oceniany jako bardziej zrozumiały niż tekst przedstawiony jako słowa Dody (różnica na poziomie tendencji, $p = 0,098$). Podobnie jak w przykładach wcześniejszych, Szymborska może być postrzegana jako zrozumiała ze względów aspiracyjnych i autoprezentacyjnych (każdy student chciałby powiedzieć, że rozumie słowa poważanej noblistki). Z drugiej strony Doda jako piosenkarka pop nie dystansuje tak jak piosenkarze disco polo czy Poppek.

Ostatnim przykładem, nad którym dłużej się pochylimy, jest zestawienie disco-polowego zespołu Akcent oraz Wiliama Szekspira, który jest autorem tekstu.

Przykład 4: Zespół Akcent — Zenon Martyniuk i William Szekspir

Cytat: „Śmierci, śmierci, przybądź po mnie, ciało me w cyprysach złoż, bo dziewczyna, bo dziewczyna w serce moje wbija nóż. Niech całun biały cisy przystroją, uczynicie tak! Bo jakież lepiej gorzką śmierć moją opłacze znak”.

Ponieważ fragment ten wzbudza silniejsze emocje niż te przypisywane Słowackiemu i Mickiewiczowi — być może ze względu na długość pozwalającą na zanurzenie się w tekście, omówimy go szerzej.



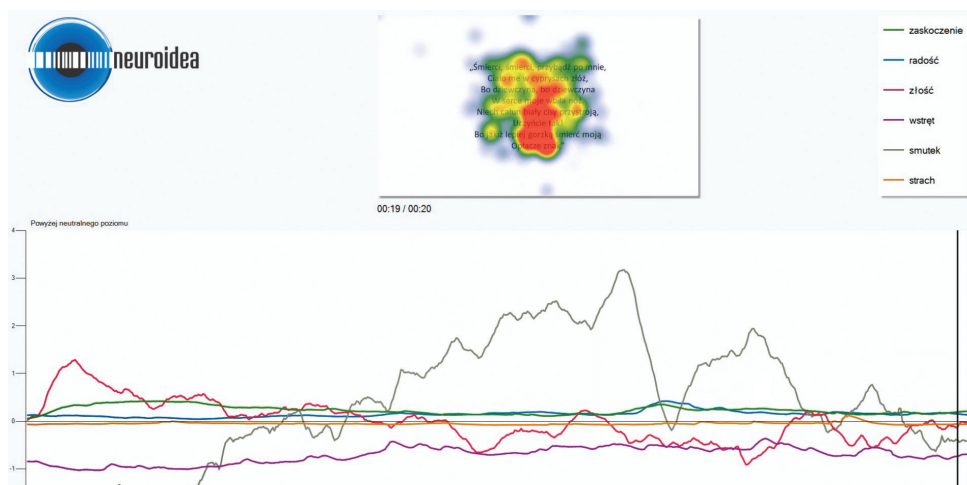
Rysunek 6. Oś reakcji emocjonalnych podczas lektury przez respondentów tekstu poprzedzonego planszą z informacją o autorstwie Zenona Martyniuka (Akcent)

Źródło: opracowane przez firmę Neuroidea.

Jak można odczytać z wykresu, początkowe słowa wzbudzają niewielkie zaskoczenie (linia zielona powyżej zera) — jakby respondenci zadawali samym sobie

pytanie, czy to możliwe, że Zenon Martyniuk zamiast o miłości mówi o śmierci? Czerwona linia układająca się w tym samym czasie w grzebień świadczy o wysiłku zrozumienia (przetwarzanie poznawcze). Jednak — jak wskazuje heatmapa stworzona na podstawie śledzenia fiksacji wzrokowych — już słowa „bo dziewczyna w serce moje wbija nóż. Niech całun biały cisy przystroją” powodują wstręt u respondentów, który może być rozumiały, biorąc pod uwagę, iż mówią o zbrodni (nawet jeśli tekst w związku z wykonawcą będzie odczytywany jako kiczowaty). Końcowe słowa cytatu nie powodują większych emocji — uczestnicy badania po prostu przetwarzają tekst, jednakże wstręt utrzymuje się powyżej linii oznaczającej punkt wyjściowy.

Tymczasem respondenci przekonani, że autorem tego fragmentu był William Szekspir, reagowali inaczej.



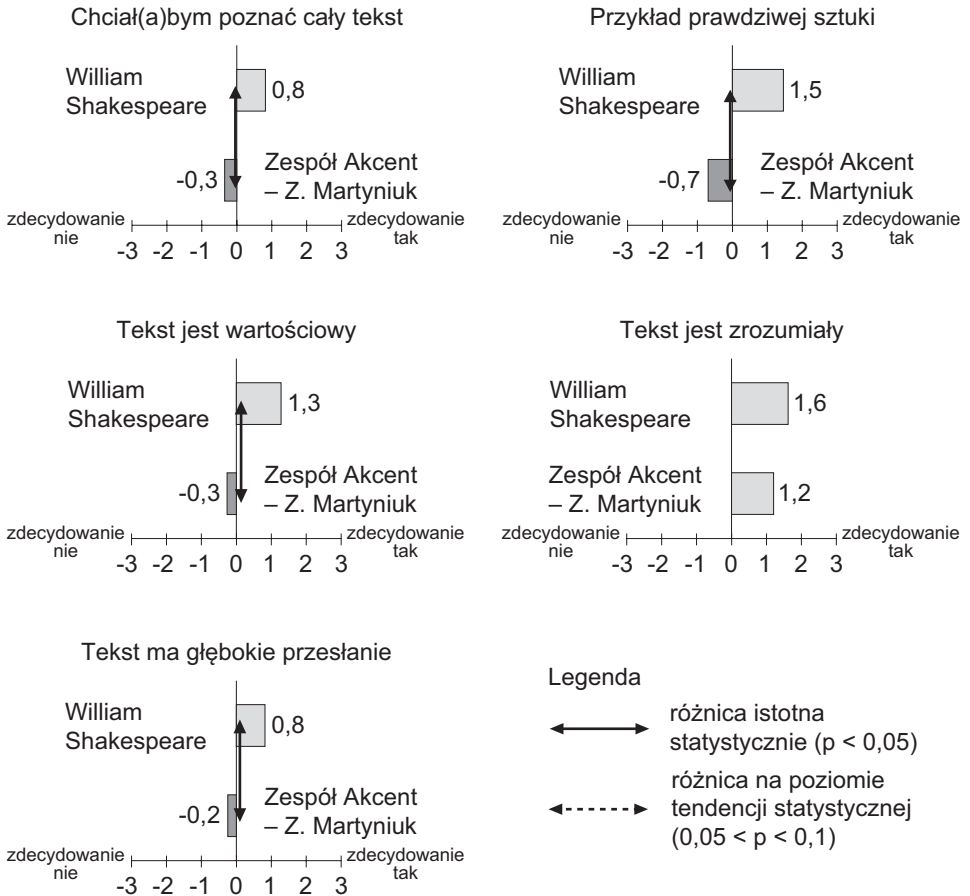
Rysunek 7. Oś reakcji emocjonalnych podczas lektury przez respondentów tekstu poprzedzonego planszą z informacją o autorstwie Szekspira

Źródło: opracowane przez firmę Neuroidea.

Początkowe słowa cytatu „Śmierci, śmierci, przybądź po mnie” wzbudzają niewielką złość. Jednakże później, zwłaszcza przy słowach o wbijaniu noża w serce, pojawia się smutek. Co ciekawe, w obu przypadkach widzimy silną reakcję na ten czyn, ale kiedy respondenci są przekonani, że opisuje go Szekspir, rozmięnienie słów w konwencji poetyckiej wypowiedzi nie powoduje wstrętu (wbicie noża prawdopodobnie rozumiane metaforycznie). Fragmenty różnią się całościowym poziomem odczuwania emocji smutku ($p = 0,056$) oraz wstrętu ($p = 0,000$).

Przyglądając się wynikom ocen, widzimy istotne statystycznie różnice — oprócz kategorii zrozumiałości (nie ma istotnych różnic, $p = 0,158$). W liczbach bezwzględnych Szekspir zanotował większy wynik, ale nie jest on istotny statystycznie. Być może głównym elementem związanym z przypisywaniem zrozumiałości jest prowe-

nienca samego Martyniuka — fragment piosenki discopolowej mógł być uznawany przez respondentów jako „łatwy”, a więc zrozumiałość mogła wynikać z postrzegania samego gatunku.



Rysunek 8. Ocena tekstów przypisanych do Martyniuka (Akcent) i Szekspira

Źródło: opracowane przez firmę Neuroidea.

W pozostałych kategoriach przypisanie autorstwa Williamowi Szekspirowi powoduje lepsze oceny niż wtedy, gdy autorstwo przypisywane jest Zenonowi Martyniukowi. Respondenci nie chcą poznawać całego tekstu ($p = 0,004$), nie oceniają go również jak przykładu prawdziwej sztuki ($p = 0,000$), ani jako czegoś wartościowego ($p = 0,000$) czy mającego głębokie przesłanie ($p = 0,002$), jeśli podpisany jest nazwiskiem lidera zespołu Akcent. Być może wynika to z dystansu emocjonalnego do Martyniuka i gatunku disco polo, który respondenci odczuwają bądź chcieliby się tak postrzegać. Disco polo jest muzyką, która kojarzy się raczej ze stylem życia osób

z niższym wykształceniem i niemieszkających w dużych miastach, stąd jest daleka od stylu życia warszawskich studentów i postrzegana jako „obciachowa”.

Wnioski

Z badań wynika, że poszczególne osoby, podpisane jako autorzy tego samego cytatu, wywołują różne emocje u respondentów. Zwłaszcza dotyczy to tych autorów, do których stosunek jest związany ze statusem lub stylem życia respondenta. Autorstwo przypisane osobom, które nie odpowiadają stylowi życia respondentów, powoduje silniejsze negatywne emocje.

Zaangażowanie emocjonalne w tekst (odczuwanie smutku — lub wstrętu) jest efektem akceptacji autora (na przykład w stosunku do występującego w badaniu Szekspira) bądź jego odrzucenia (jak wobec występującego w badaniu Martyniuka). Liczy się dla nas dobra autoprezentacja w grupie, w której funkcjonujemy lub do której aspirujemy².

Ocena zrozumiałości tekstu zależała od stosunku do autora i emocji, jakie wywoływał. To wniosek, który do ogólnych zasad związanych z formalnymi cechami tekstu dodaje komponent z zakresu retoryki — czyli etosu i wiarygodności. Najbardziej zrozumiałe w badaniu okazały się teksty podpisane nazwiskami uznanych, szanowanych poetów. To oznacza, że oceniając tekst, respondenci sugerowali się tym, czy domniemany autor pasuje do ich kapitału kulturowego.

Bibliografia

- Berridge K.C., Winkielman P. (2002): *What is an unconscious emotion? The case for unconscious "liking"*, „Cognition and Emotion” 17, s. 181–211.
- Berridge K.C., Winkielman P. (2003): *Irrational wanting and subrational liking: How rudimentary motivational and affective processes shapes preferences and choices*, „Political Psychology” 24, nr 4, s. 657–680.
- Blanchette I. (2006): *The effect of emotion on interpretation and logic in a conditional reasoning task*, „Memory & Cognition” 34, s. 1112–1125.
- Blanchette I., Richards A. (2004): *Reasoning about emotional and neutral materials. Is logic affected by emotion?*, „Psychological Science” 15, s. 745–752.
- Blanchette I., Richards A. (2010): *The influence of affect on higher level cognition: A review of research on interpretation, judgement, decision making and reasoning*, „Cognition and Emotion” 24, nr 4, s. 561–595.
- Brewer M.B., Kramer R.M. (1986): *Choice behavior in social dilemmas: Effects of social identity, group size, and decision framing*, „Journal of Personality and Social Psychology” 50, nr 3, s. 543–549.
- Broda B., Maziarz M., Piekot T., Radziszewski A. (2010): *Trudność tekstów o funduszach europejskich w świetle miar statystycznych*, „Rozprawy Komisji Językowej” 37, s. 23–40.
- Chaiken S. (1980): *Heuristic versus systematic information processing and use of source versus message Cues in Persuasion*, „Journal of Personality and Social Psychology” 39, nr 5, s. 752–766.

² Por. Wasilewski 2008.

- Collins A.M., Loftus E.F. (1975): *A Spreading-activation theory of semantic processing* „Psychological Review” 82, s. 407–428.
- Ekman P., Friesen W. (1978): *Facial Action Coding System: A Technique for the Measurement of Facial Movement*, Palo Alto.
- Fisher W.R. (1987): *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action*, Columbia.
- Kahneman D. (2012): *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*, przeł. P. Szymczak, Poznań.
- Kuypers J.A. (2010): *Framing analysis as a rhetorical process*, [w:] *Doing News Framing Analysis*, red. P. D'Angelo, J.A. Kuypers, New York.
- Levin I.P., Gaeth G.J. (1988): *How consumers are affected by the framing of attribute information before and after consuming the product*, „Journal of Consumer Research” 15, nr 3, s. 374–378.
- Levin I.P. (1987): *Associative Effects of Information Framing*, „Bulletin of the Psychonomic Society” 25, s. 85–86.
- Maheswaran D., Meyers-Levy J. (1990): *The Influence of Message Framing and Issue Involvement*, „Journal of Marketing Research” 27, nr 3, s. 361–367.
- Maison D., Pawłowska B. (2017): *Using the facereader method to detect emotional reaction to controversial advertising referring to sexuality and homosexuality*, [w:] *Neuroeconomic and Behavioural Aspects of Decision Making*, red. K. Nermend, M. Łatuszyńska, Szczecin.
- Metzger M.J., Flanagin A.J., Eyal K., Lemus D.R., McCann R.M. (2003): *Credibility for the 21st century: integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment*, „Annals of the International Communication Association” 27, nr 1, s. 293–335.
- Mierzecka A., Kisilowska M., Wasilewski J. (2019): *Cognitive authority, emotions and information quality evaluations*, „Information Research” 24, nr 4.
- Ortony A., Clore G.L., Collins A. (1988): *The Cognitive Structure of Emotions*, Cambridge.
- Paludi M.A., Strayer L.A. (1985): *What's in an author's name? Differential evaluations of performance as a function of author's name*, „Sex Roles” 12, nr 3–4, s. 353–361.
- Tykocinski O., Higgins E.T., Chaiken S. (1994): *Message framing, self-discrepancies, and yielding to persuasive messages: The motivational significance of psychological situations* „Personality and Social Psychology Bulletin” 20, s. 107–115.
- Wasilewski J. (2008): *Język obciachu*, [w:] *Moda na obciach*, red. J. Nowiński, Elbląg.
- Wasilewski J., Kostrzewa A., Kowalski J., Pawłowska B. (2017): *Gdyby Szekspir pisał disco polo... Wpływ źródła tekstu na jego ocenę*, „Studia Medioznawcze” nr 3 (70), s. 31–45.

The influence of the perception of text authorship on the assessment of text comprehensibility, value and aesthetic assets as well as emotions generated by texts

Summary

The aim of the article is to demonstrate whether text authorship influences its reception and how authorship impacts the assessment of text comprehensibility by respondents. When measuring the impact of authorship on text perception, we used biometric methods (face-tracking and eye-tracking), to which we added survey responses. The analysis of emotions revealed a variety of the respondents' emotional reactions to the same text depending on the authorship attributed to it. This impact is associated with emotion-generating distance from or acceptance of the author. The distance refers to the marks of the lifestyle of the group represented by a given respondent or one to which the respondent aspires.

Keywords: emotions, credibility, biometric tests, linguistic accessibility.

ANEKS

Tabela 1. Deklaracje respondentów po zapoznaniu się z cytatem — porównanie wersji przypisanych różnym autorom: Williamowi Szekspirowi i Ewie Farnej

| Stwierdzenie | William Shakespeare | | Ewa Farna | | Test-t | p |
|--------------------------------|---------------------|------|-----------|------|--------|-------|
| | M | SD | M | SD | | |
| Chciał(a)bym poznać cały tekst | 1,94 | 1,38 | -0,38 | 2,01 | 6,712 | 0,000 |
| Przykład prawdziwej sztuki | 1,86 | 1,29 | -0,70 | 1,69 | 8,460 | 0,000 |
| Tekst jest wartościowy | 2,02 | 1,07 | 0,18 | 1,65 | 6,597 | 0,000 |
| Tekst jest zrozumiały | 2,43 | 0,82 | 2,02 | 1,32 | 1,859 | 0,067 |
| Tekst ma głębokie przesłanie | 2,14 | 1,17 | 0,02 | 1,83 | 6,873 | 0,000 |

Źródło: tabela opracowana przez firmę Neuroidea.

Tabela 2. Deklaracje respondentów po zapoznaniu się z cytatem — porównanie wersji przypisanych różnym autorom: zespołowi Akcent Z. Martyniukowi i Williamowi Szekspirowi

| Stwierdzenie | Zespół Akcent – Z. Martyniuk | | William Shakespeare | | Test-t | p |
|--------------------------------|------------------------------|------|---------------------|------|--------|-------|
| | M | SD | M | SD | | |
| Chciał(a)bym poznać cały tekst | -0,35 | 1,89 | 0,82 | 2,05 | -2,949 | 0,004 |
| Przykład prawdziwej sztuki | -0,69 | 1,75 | 1,46 | 1,39 | -6,785 | 0,000 |
| Tekst jest wartościowy | -0,27 | 1,67 | 1,28 | 1,28 | -5,166 | 0,000 |
| Tekst jest zrozumiały | 1,20 | 1,63 | 1,62 | 1,24 | -1,424 | 0,158 |
| Tekst ma głębokie przesłanie | -0,24 | 1,76 | 0,82 | 1,59 | -3,158 | 0,002 |

Źródło: tabela opracowana przez firmę Neuroidea.

Tabela 3. Deklaracje respondentów po zapoznaniu się z cytatem — porównanie wersji przypisanych różnym autorom: Juliuszowi Słowackiemu i zespołowi Bayer Full — S. Świerzyńskiemu

| Stwierdzenie | Juliusz Słowacki | | Zespół Bayer Full – S. Świerzyński | | Test-t | p |
|---------------------------------------|------------------|------|------------------------------------|------|--------|-------|
| | M | SD | M | SD | | |
| <u>Chciał(a)bym poznać cały tekst</u> | 0,90 | 1,75 | -1,34 | 1,72 | 6,419 | 0,000 |
| Przykład prawdziwej sztuki | 1,29 | 1,46 | -1,04 | 1,55 | 7,689 | 0,000 |
| Tekst jest wartościowy | 1,12 | 1,38 | -0,74 | 1,63 | 6,150 | 0,000 |
| Tekst jest zrozumiały | 0,57 | 1,71 | -0,08 | 1,97 | 1,760 | 0,082 |
| Tekst ma głębokie przesłanie | 1,06 | 1,68 | -1,04 | 1,48 | 6,600 | 0,000 |

Źródło: tabela opracowana przez firmę Neuroidea.

Tabela 4. Deklaracje respondentów po zapoznaniu się z cytatem — porównanie wersji przypisanych różnym autorom: Dodzie — D. Rabczewskiej i Wisławie Szymborskiej

| Stwierdzenie | Doda – D. Rabczewska | | Wisława Szymborska | | Test-t | p |
|---------------------------------------|----------------------|------|--------------------|------|--------|-------|
| | M | SD | M | SD | | |
| <u>Chciał(a)bym poznać cały tekst</u> | 0,10 | 2,06 | 1,86 | 1,46 | -4,887 | 0,000 |
| Przykład prawdziwej sztuki | -0,47 | 1,60 | 1,50 | 1,23 | -6,862 | 0,000 |
| Tekst jest wartościowy | 0,45 | 1,60 | 1,68 | 1,33 | -4,164 | 0,000 |
| Tekst jest zrozumiały | 2,08 | 1,26 | 2,46 | 0,97 | -1,673 | 0,098 |
| <u>Tekst ma głębokie przesłanie</u> | 0,51 | 1,61 | 1,78 | 1,20 | -4,444 | 0,000 |

Źródło: tabela opracowana przez firmę Neuroidea.

Tabela 5. Deklaracje respondentów po zapoznaniu się z cytatem — porównanie wersji przypisanych różnym autorom: Adamowi Mickiewiczowi i Popkowi — P.R. Mikołajowi

| Stwierdzenie | Adam Mickiewicz | | Popok – P. R. Mikołajuw | | Test-t | p |
|-----------------------------------|-----------------|------|----------------------------|------|--------|-------|
| | M | SD | M | SD | | |
| Chciał(a)bym poznać cały tekst | 1,43 | 1,71 | 0,12 | 2,26 | 3,250 | 0,002 |
| Przykład prawdziwej sztuki | 1,41 | 1,31 | -0,76 | 1,68 | 7,165 | 0,000 |
| Tekst jest wartościowy | 1,45 | 1,54 | 0,02 | 1,91 | 4,098 | 0,000 |
| Tekst jest zrozumiały | 1,96 | 1,57 | 0,96 | 2,11 | 2,679 | 0,009 |
| Tekst ma głębokie przesłanie | 1,73 | 1,34 | 0,28 | 2,04 | 4,205 | 0,000 |

Źródło: tabela opracowana przez firmę Neuroidea.