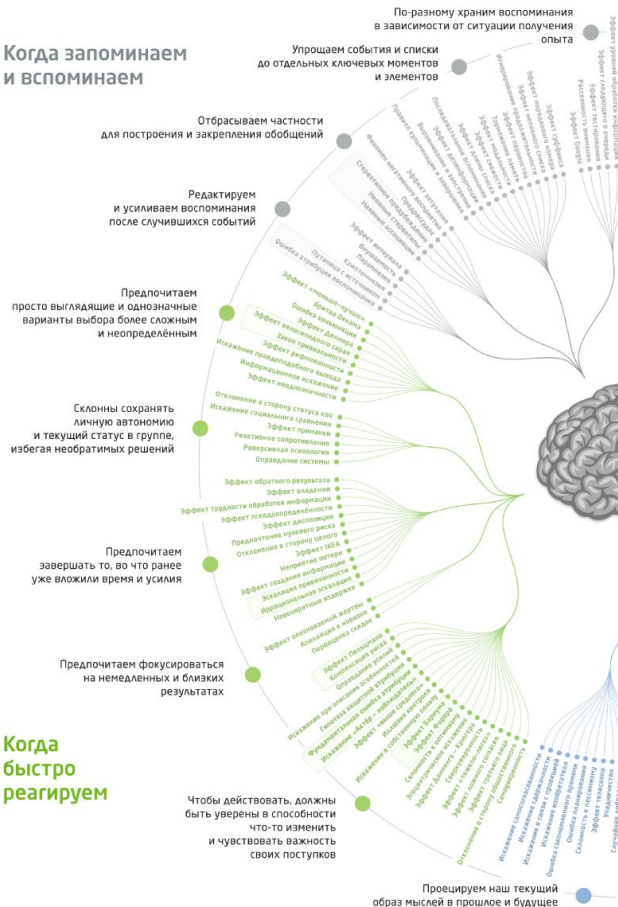


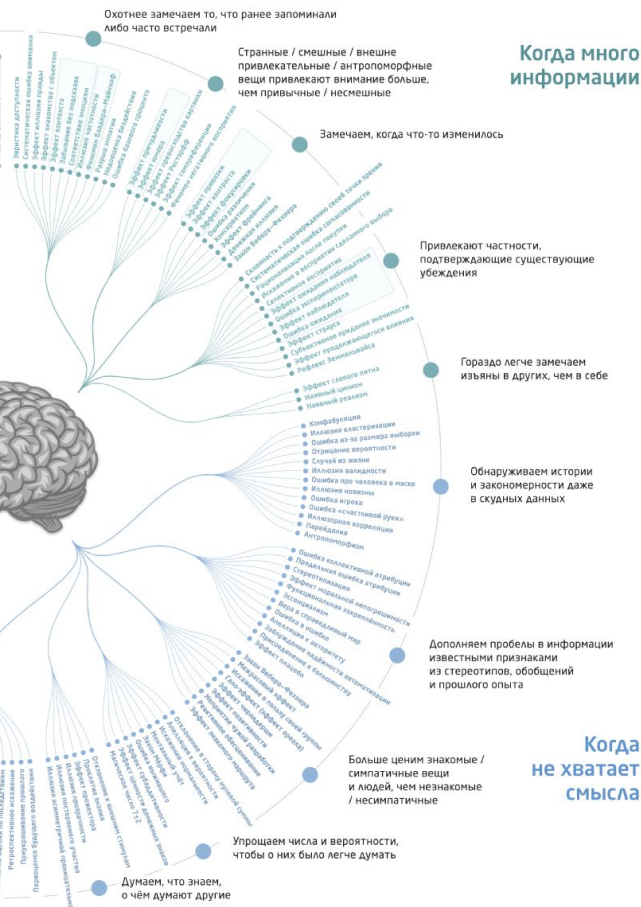
# КОГНИТИВНЫЕ ИСКАЖЕНИЯ

## Когда запоминаем и вспоминаем



Переводчик: S.I. Копиригит: Восток-Запад  
Адаптация и дизайн: Светлана Яблокова  
Дизайн: [www.behance.net/jablonova](https://www.behance.net/jablonova)  
Внимание! Список когнитивных искажений не является исчерпывающим. Многие когнитивные искажения имеют свои источники. Многие из них являются результатом работы мозга, который стремится к выживанию и адаптации. Многие из них являются результатом работы мозга, который стремится к выживанию и адаптации.

## Охотнее замечаем то, что ранее запоминали либо часто встречали



## Когда много информации

# Определение #1

**Эвристика доступности** — это интуитивный процесс, в котором человек «оценивает частоту или возможность события по лёгкости, с которой примеры или случаи приходят на ум», т. е. легче вспоминаются.

Большой психологический словарь. — М.: Прайм-ЕВРОЗНАК. Под ред. Б.Г. Мещерякова, акад. В.П. Зинченко. 2003.

[https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%B2%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0\\_%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%B2%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8)

# Пример из жизни #1

Одна из причин, почему [Apple](#) тратит огромные деньги на рекламу, это эвристика доступности. Когда перед человеком встанет вопрос, какой смартфон ему выбрать, он будет сильно опираться на свои воспоминания, что он часто слышал или видел информацию об этом бренде и конкретно об этой модели.

Sternberg, Robert; Sternberg, Karin, Cognitive Psychology, Sixth Edition 4, chapter 1: 4

# Описание эксперимента #1

Испытуемым задали вопрос: если взять наугад из любого текста любое слово, состоящее из трёх и более букв, то какая вероятность выше: что слово будет начинаться на букву «г» или что буква «г» будет в слове третьей? Испытуемые ответили на этот вопрос, основываясь на том, сколько они смогли придумать слов, начинающихся на «г», и сколько слов, в которых буква «г» стоит третьей, а также на оценке лёгкости, с которой слова этих двух типов приходили им на ум. Так как вспоминать слова по их первой букве легче, чем по третьей, испытуемые сделали вывод, что слова, начинающиеся на «г» более многочисленны, нежели слова, где «г» стоит третьей.

Tversky, A.; Kahneman, D. (1974). "Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases". Science. 185 (4157): 1124–1131

[https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%B2%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0\\_%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D0%B2%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0_%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8)

# Определение #2

**Систематическая ошибка внимания** — зависимость человеческого **восприятия** от повторяющихся мыслей

Bar-Haim, Y., Lamy, D., Pergamin, L., Bakermans-Kranenburg, M.

## Описание эксперимента #2

В книге «Смещение внимания при тревоге и депрессии: Роль осознания» описан эксперимент, подтверждающий разницу в систематической ошибке внимания у тревожных и находящихся в депрессии людей. Испытуемые «смещали» свое внимание на негативно окрашенные слова, в отличие от контрольной группы (здоровые люди). Депрессивная группа обращала внимание больше на слова, содержащие угрозу, в свою очередь тревожная группа больше замечала слова, характеризующие тревогу.

<https://sutulin.ru/19-ki-sistematicheskaya-oshibka-vnimanija-chast-2/>

## Пример из жизни #2

Виктор уже месяц сидит дома на карантине. Он напуган слухами из Яндекс.Дзен о том, что от коронавируса погибают сотни тысяч людей в Москве. С каждым разом, когда он смотрел в окно и видел скорую помощь, он все больше убеждался в релевантности этого слуха. Хотя в действительности в городе было не более нескольких тысяч смертей.

# Определение #3

**Эффект иллюзии правды** — выражается в склонности верить в достоверность информации после её многократного восприятия.

[https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82\\_%D0%B8%D0%B%D0%BB%D1%8E%D0%B7%D0%B8%D0%B8\\_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B4%D1%8B](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%B8%D0%B%D0%BB%D1%8E%D0%B7%D0%B8%D0%B8_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B4%D1%8B)



## Описание эксперимента #3

В рамках исследования участников попросили оценить ряд простых утверждений как истинные или ложные. Дэвид Голдштейн, Линн Хашер и Томас Топпино представили одной и той же группе студентов список из 60 правдоподобных утверждений.

Спустя неделю студентам показали второй список, а ещё через неделю — третий. При этом 20 утверждения остались неизменными, а остальные 40 отличались в каждом. Участников попросили указать, насколько они уверены в истинности или ложности утверждений. В том числе, они должны были оценить свою убежденность в правдивости каждого из них по шкале от 1 до 7. Средний балл «уверенности» студентов в истинности утверждения увеличивался с каждым повторным показом списка (с 4,2 в первом списке до 4,7 в третьем). Это исследование наглядно демонстрирует, что повторение утверждения повышает степень уверенности человека в истинности высказывания.

*Lynn Hasher, David Goldstein, Thomas Toppino. Frequency and the Conference of Referential Validity.*  
[web.archive.org](http://web.archive.org)

## Пример из жизни #3

Если ежедневно слушать новости по федеральным каналам, вы будете склонны считать, что в стране все хорошо. Этот инструмент когнитивного искажения часто используется как федеральными, так и оппозиционными СМИ для того, чтобы навязывать свою правду.

## Определение #4

**Эффект знакомства с объектом** — это психологический феномен выражения симпатии к объекту только на основании имеющегося знакомства с ним. В социальной психологии этот эффект иногда называют принципом панибратства.

[https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82\\_%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0\\_%D1%81\\_%D0%BE%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%BC](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%AD%D1%84%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82_%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0_%D1%81_%D0%BE%D0%B1%D1%8A%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D0%BC)

## Описание эксперимента #4

Чарльз Гетзингер провел эксперимент, используя эффект знакомства с объектом на своём классе в Орегонском государственном университете. В класс пришел ученик в большом чёрном мешке, из-под которого были видны только ноги. Этот студент сидел за столом в конце класса. Эксперимент был направлен на то, как студенты будут относиться к чёрному мешку. Ученики в классе сначала смотрели на чёрный мешок с неприязнью, которая со временем переросла в любопытство, и в конце концов в дружелюбие. Так, если студентам показывать чёрный мешок снова и снова, то их отношение к нему изменится.

*ROBERT B. ZAJONC. ATTITUDINAL EFFECTS OF MERE EXPOSURE // Journal of Personality and Social Psychology Monograph Supplement. — 1968. — Июнь (№ Volume 9, No. 2, Part 2).*

## Пример из жизни #4

Защищая диплом магистра, Алена очень хотела попасть во вторую комиссию, потому что там был единственный преподаватель, кого она знала. Она думала, что у нее больше шансов получить высокую оценку в этом случае. Оказалось, что в первой комиссии было гораздо больше высоких оценок, чем во второй.

## Определение #5

**Эффект контекста** — когнитивная иллюзия, когда используется способ мышления «сверху вниз» («top-down design») при анализе информации. Мышление сверху вниз помогает пониманию человеком нового образа на базе существующего опыта и знаний.

*Cavanagh, P* [[www.cs.cmu.edu/~efros/courses/AP06/Papers/cavanagh-whatsup-91.pdf](http://www.cs.cmu.edu/~efros/courses/AP06/Papers/cavanagh-whatsup-91.pdf) Whats up with Top Down Processing?]. Cambridge University Press. Проверено 4 октября 2012.

## Описание эксперимента #5

Исследование показало, что уровень комфорта пола супермаркета, на котором покупатели стоят во время просмотра продуктов, может повлиять на их оценки качества продукта (повышение оценки качества, если пол комфортный и более низкие оценки, если пол неудобный).

*Meyers-Levy, Joan; Zhu, Rui (Juliet); Jiang, Lan.* Context Effects from Bodily Sensations: Examining Bodily Sensations Induced by Flooring and the Moderating Role of Product Viewing Distance (англ.) // *Journal of Consumer Research* (англ.)[русск.](#) : journal. — 2010. — 1 June (vol. 37, no. 1). — P. 1—14. — [doi:10.1086/649028](#).

## Пример из жизни #5

Иван решил купить капучинатор той модели, какую он видел на кухне у своего друга. Он мог выбрать изделие гораздо инновационнее, однако он подсчитал, что лучше будет купить именно ту модель, которую он видел у друга, потому что знает, как она работает



# Определение #6

**Забывание без подсказок** — неспособность получить информацию из памяти без подсказок.

<https://sutulin.ru/25-ki-zabyvanie-bez-podskazok-chast-6/>

## Описание эксперимента #6

В эксперименте, проведенном в 1975 году, глубоководные дайверы были разделены на две группы. Каждая группа имела один и тот же список из 36 несвязанных слов для изучения. Однако одна из групп выучила эти слова на глубине 15 футов, в то время как вторая группа выучила эти слова на суше. Затем обе группы попытались вспомнить те же слова под водой, а также на суше. Участники, которые выучили слова на земле, вспоминали 38% слов при тестировании на земле, но только 21% слов под водой. Дайверы, которые выучили слова под водой, вспоминали 21% на земле и 32% под водой.

[https://en.wikipedia.org/wiki/Cue-dependent\\_forgetting](https://en.wikipedia.org/wiki/Cue-dependent_forgetting)

## Пример из жизни #6

Александр — учится на пилота гражданской авиации. Если его попросить озвучить алгоритм запуска двигателя, он озвучит все действия, находясь в кабине самолета. Если же его попросить назвать алгоритм запуска двигателя вне самолета, он может что-то забыть. В данном случае это показывает силу ассоциативных связей (подсказок), которые позволяют лучше запомнить информацию.

# Определение #7

**Соответствие эмоциям** — способность вспоминать информацию при испытывании конкретной эмоции.

# Описание эксперимента #7

Слово «собака» может вызывать разные эмоциональные паттерны, которые представляют собой разные значимые ассоциации, основанные на индивидуальном опыте. Для человека, который имел только положительные взаимодействия со словом «собака», человек видел положительные ассоциации, такие как собака = животное = счастье в детстве.

Berkowitz, Leonard (2000). *Causes and consequences of feelings*. West Nyack, N.Y.: Cambridge University Press. pp. 67–95.

## Пример из жизни #7

Сегодня у тебя праздник, и ты чувствуешь себя счастливым и расслабленным. Это настроение само по себе может вызвать другие воспоминания о праздниках, веселых временах, семейных встречах.

## Определение #8

**Иллюзия частотности** — когнитивное искажение, при котором недавно узнанная информация, появляющаяся вновь спустя непродолжительный период времени, воспринимается как необычайно часто повторяющаяся.





## Пример из жизни #8

В сфере **медицинской диагностики** и **лечения** иллюзия частотности может проявляться следующим образом: с одной стороны, врач, недавно ознакомившийся с описанием или конкретным примером определённого заболевания, впоследствии склонен в течение некоторого временного промежутка проводить дополнительную диагностику, нацеленную на выявление данного заболевания, при наличии характерных симптомов.

The Illusion of Frequency. Baader-Meinhof storm St.Emlyn's. *St. Emlyn's*. [www.stemlynblog.org](http://www.stemlynblog.org) (29 марта 2016).

# Определение #9

**Разрыв эмпатии** — когнитивное состояние, в котором человек не способен оценить влияние глубоких побуждений (висцеральных факторов) на свое поведение и желания. Когнитивная ловушка заключается в том, что способность понимать и оценивать крепко привязана к состоянию «здесь и сейчас».

Источник: <https://www.psyh.ru/cto-takoe-razryv-empatii-ili-prozhivat-ne-perezvivaya/>

## Описание эксперимента #9

Ученые Амстердамского университета Нордгрэн, Ван Дер Плигт и Ван Харревелд провели в 2006-м году исследование, фрагмент которого был посвящен оценке влияния боли на прохождение теста памяти. 40 участников запоминали показываемые числа, испытывая болезненные ощущения — ученые придумали, чтобы они держали одну руку в ведре со льдом (воссоздать «горячее» состояние с помощью льда — весьма иронично — прим. Зожника). Контрольная группа проходила тот же тест в комфортных условиях. Как и ожидали авторы, «комфортные» участники показали результаты лучше, чем испытывавшие боль, а проходившим тест со льдом сообщили, что он провален, и попросили оценить, насколько боль повлияла на их результаты. Но при этом половина из них снова держала руку в ведре со льдом, а другая отвечала, не испытывая никаких неудобств. В итоге участники, находящиеся в «холодном» состоянии (безо льда), недооценивали влияние боли на прохождение теста и списывали свои ошибки на другие обстоятельства. А «горячие» (с рукой во льду при опросе) точнее оценивали влияние боли.

## Пример из жизни #9

В сфере **медицинской диагностики** и **лечения** иллюзия частотности может проявляться следующим образом: с одной стороны, врач, недавно ознакомившийся с описанием или конкретным примером определённого заболевания, впоследствии склонен в течение некоторого временного промежутка проводить дополнительную диагностику, нацеленную на выявление данного заболевания, при наличии характерных симптомов.

The Illusion of Frequency. Baader-Meinhof storm St.Emlyn's. *St. Emlyn's*. [www.stemlynblog.org](http://www.stemlynblog.org) (29 марта 2016).

# Определение #10

**Недооценка бездействия** — одно из когнитивных искажений, проявляющееся в тенденции людей недооценивать последствия бездействия в сравнении с действием с аналогичным результатом

*Ilana Ritova, Jonathan Baron.* Protected Values and Omission Bias // *Organizational Behavior and Human Decision Processes.* — 1999. — Т. 79, вып. 2. — С. 79-94.

# Описание эксперимента #10

В исследовании 1990 года испытуемым предложили выбрать из двух вариантов: назначить лечение, которое ведёт к летальному исходу в 15 % случаях, либо не назначать ничего с 20 % летальных исходов. 13 % людей, участвовавших в эксперименте, выбрали бездействие, поскольку они не хотели быть ответственными за чью-либо смерть. Однако после того, как провели повторный эксперимент, где вероятности поменяли местами, лишь 2 % испытуемых выбрали лечение.

*Spranca, M., Minsk, E., & Baron, J.* Omission and commission in judgment and choice // Journal of Experimental Social Psychology.. — 1990.

# Пример из жизни #10

Примером такого феномена является [антивакцинаторство](#), когда родители предпочитают риск получить осложнения от болезни риску получить осложнения прививки. Хотя риск осложнения от прививки намного ниже риска заболеть — вакцинация требует активного действия

# Определение #11

**Ошибка базового процента** — ошибка в мышлении, когда сталкиваясь с общей информацией о частоте некоторого события и специфической информацией об этом событии, человек имеет склонность игнорировать первое и фокусироваться на втором.



# Описание эксперимента #11

В городе с миллионным населением, 100 террористов и 999900 мирных жителей. Для упрощения примера, предполагается, что все люди в городе есть его население.

Пытаясь схватить террористов, город устанавливает систему тревоги с камерами наблюдения и программным обеспечением автоматического распознавания лиц.

Программное обеспечение имеет **две возможные ошибки с вероятностью 1 % каждая**:

- Отрицательная ошибка: Когда камера видит террориста, сигнал тревоги прозвучит в 99 % случаев, и промолчит в 1 % случаев.
- Положительная ошибка: Когда камера видит мирного жителя, сигнал тревоги промолчит в 99 % случаев, и прозвучит в 1 % случаев.

Теперь представьте, что сигнал тревоги прозвучал на случайного жителя. Какие шансы, что он — террорист?

Те, кто подвергаются заблуждению базового процента, скажут, что 99 %. Хотя такое предположение кажется правильным, на самом деле это около 1 %.

Заблуждение возникает вследствие смешения природы двух разных процентов ошибки. *Количество случаев отсутствия звонка на 100 террористов и количество мирных жителей на 100 звонков* является несвязанными количествами. Одно необязательно равно другому, и они даже не должны быть почти равны. Для иллюстрации этого, подумайте, что случится, если аналогичная система будет установлена в другом городе, где террористов нет вовсе. Как и в первом городе, тревога сработает один раз на каждые 100 жителей города, которые не являются террористами, однако тревога никогда не сработает для террориста. Таким образом, в 100 % случаев тревога звучит для не-террориста, а отрицательной ошибки просто не существует.

Представьте, что всё население города в 1 млн пройдёт перед камерой. На около 99 из 100 террористов сработает тревога, но так же она сработает для примерно 9999 из 999900 мирных жителей. В сумме тревога прозвучит для около 10098 человек, из которых лишь ~99 будут террористами. Таким образом, вероятность, что человек, для которого сработала тревога, является террористом, — 99 раз из 10098, что меньше 1 %, и намного ниже изначальной догадки в 99 %.

В этом случае заблуждение базового процента такое сильное потому, что мирных жителей гораздо больше, чем террористов.

## Пример из жизни #11

Николай носит готическую одежду, имеет длинные черные волосы и слушает дэт-метал. Какова вероятность, что он христианин, и какова вероятность, что он сатанист?

Если задать этот вопрос прохожим, большинство недооценит вероятность того, что он христианин, и переоценит вероятность того, что он сатанист. Это произойдёт потому, что прохожие проигнорируют, что количество христиан гораздо больше количества сатанистов в мире. При этом их выбор будет обоснован стереотипным восприятием внешности сатаниста.

# Определение #12

**Эффект причудливости** — человек склонен обращать больше внимания на странные, необычные события, или поведение, которые выделяются на общем фоне.

# Описание эксперимента #12

Участники теста вспоминали общие и причудливые предложения вместе или по отдельности. Результаты показали, что эффект странности был достигнут только тогда, когда участники вспоминали общие и странные вещи вместе; Преимущества странности не возникало, когда участники должны были вспоминать общие и причудливые пункты отдельно. Эти результаты показывают, что дифференциальные процессы кодирования не являются необходимыми для объяснения эффекта странности в памяти.

<https://link.springer.com/article/10.3758/s13421-013-0335-4>

## Пример из жизни #12

Вася работает с некоторым продуктом, который позволяет загружать файлы, по 1 одному файлу за раз. Вася смотрят в аналитику и видит, что некоторый процент юзеров загрузили 100+ файлов в течение небольшого периода времени. У Васи возникает мысль: вдруг это новый use case, или новая user persona, которые на данный момент не поддерживаются продуктом в полной мере. И если предложить полноценное решение, например, удобный массовый загрузчик, то продукт доставит больше value и привлечёт больше таких пользователей.

Подводный камень здесь в том, что у Васи возникает ложно ощущение, что он нащупал новую нишу, которая таковой может не является и быть всего лишь флуктуацией в поведении пользователей.

# Определение #13

**Эффект юмора** — заставляет людей лучше запоминать информацию, когда они воспринимают эту информацию через юмор

# Описание эксперимента #13

Участники были разделены на две группы: нейтральная и депрессивная группа. Обе группы смотрели с юмором видеоклипы, которые включали отображаемые слова. Их попросили вспомнить как можно больше слов из видео. Результаты показали, что обе группы имели высокий уровень запоминания слов. Таким образом, усиление памяти за счет юмора или эффекта юмора может возникнуть не только у отдельных людей в нейтральном настроении, но также и в дисфорическом настроении.

<https://core.ac.uk/download/pdf/81135622.pdf>

## Пример из жизни #13

Учитель может использовать эффект юмора, чтобы помочь учащимся выучить определенную концепцию, иллюстрируя эту концепцию забавной историей.



# Определение #14

**Эффект превосходства картинки** — эффект, при котором изображения, более вероятно, будут помнить лучше , чем слова

# Описание эксперимента #14

Исследование показало, что с точки зрения удержания информации текстовые и устные выступления не просто менее эффективны по сравнению с теми, которые содержат графические изображения. Если информация передается устно, люди через трое суток помнят примерно 10 процентов. Если добавить изображение, эта цифра вырастает до 65 процентов.

<https://marketing.wikireading.ru/13758>

## Пример из жизни #14

Все мировые бренды смартфонов во время презентации новых моделей по максимуму насыщают презентации картинками, потому что мозг их запоминает гораздо лучше, чем слова

# Определение #15

**Эффект Ресторффа** — эффект человеческой памяти, когда объект, выделяющийся из ряда сходных однородных объектов, запоминается лучше других.

# Описание эксперимента #15

Во время эксперимента участникам был представлен список однородных слов, среди которых находилось одно, что сильно отличалось. Результаты показали, что именно это слово испытуемые лучше всего запоминали в итоге.

## Пример из жизни #15

Иван был в клубе, где познакомился с 3 девушками. Одна из них играла на укулеле, именно поэтому она запомнилась ему больше остальных.

# Определение #16

**Эффект самореференции** — склонность людей кодировать в памяти информацию в памяти различным образом в зависимости от того, насколько она затрагивает человека лично

# Описание эксперимента #16

Было проанализировано два подхода при подготовке к экзамену. Первым подходом был метод опроса, чтения, повторения и анализа информации. Другим методом был метод самореференции. Результат исследования показал, что более высокие результаты были у второй группы на экзамене. Это объясняет преимущество этого метода для запоминания информации перед классическим запоминанием информации.



## Пример из жизни #16

Люди чаще запоминают дни рождения, которые ближе к их собственному дню рождения, чем дни рождения, выпавшие на другие даты

# Определение #17

**Феномен негативного восприятия** — является понятием, что, даже будучи равными по интенсивности, вещи более негативного характера оказывают большее влияние на психологическое состояние и процессы человека, чем нейтральные или позитивные вещи.

# Описание эксперимента #17

Была изучена группа людей, которые участвовали в голосовании за одного кандидата, при этом двум разным группам была предложена как позитивная, так и негативная информация про него. В эксперименте было показано, что на поведение, связанное с голосованием, в большей степени влияет негативная информация, чем позитивная: люди склонны в большей степени голосовать против кандидата из-за негативной информации, чем голосовать за кандидата из-за позитивной информации.

## Пример из жизни #17

Вы до сих пор вспоминаете, как опозорились перед своими друзьями, хотя это событие произошло много лет назад. Вы чувствуете, что смущаетесь из-за этого, хотя ваши друзья, вероятно, полностью об этом забыли.

# Определение #18

**Феномен привязки** — особенность оценки неизвестных числовых значений человеком, из-за которой эта оценка смещается в сторону ранее воспринятых чисел, даже если эти числа не имеют никакого отношения к оцениваемому числу

# Описание эксперимента #18

Студентов попросили вспомнить три последние цифры номера своего телефона и после этого спросили, когда **готы** захватили **Рим** (правильный ответ — 410 год н. э.). При этом студенты с большими последними цифрами стабильно называли более позднюю дату, чем студенты с меньшими

*Richard H. Thaler, Cass Sunstein*. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. — Yale University Press, 2008. — P. 24. — 293 p. — ISBN 978-0300122237., выдержки приведены в **Игры разума — Эффект якоря. 05/04/2008** (рус.)

## Пример из жизни #18

Такой приём применяется в [переговорах](#) о цене выполнения трудно оцениваемых услуг, строительных и ремонтных работ и т.д. Первая названная цена является не только начальной позицией для переговоров, но и начинает играть роль привязки, поэтому лучше называть первым такую цену, смещённую в разумных пределах в свою пользу.

# Определение #19

**Феномен контраста** — увеличение или уменьшение, по сравнению с привычными, воспринимаемых параметров объектов (людей, явлений или процессов), если непосредственно до этого аналогичный воспринимаемый параметр был меньшего или большего значения.



## Описание эксперимента #19

The contrast effect was noted by the 17th century philosopher [John Locke](#), who observed that lukewarm water can feel hot or cold depending on whether the hand touching it was previously in hot or cold water.

## Пример из жизни #19

Человек представляется более **привлекательным**, если он сравнивается с менее красивыми людьми, и менее привлекательным, если другие люди более красивы.

## Определение #20

**Феномен фокусировки** — ошибка в предсказаниях, возникающая, когда люди уделяют слишком много внимания какому-то одному аспекту явления; вызывает ошибки в правильном предсказании полезности будущего исхода. Например, концентрация внимания на том, кто виноват в возможной ядерной войне, отвлекает внимание от того, что пострадают в ней все.

## Описание эксперимента #20

Шкаде и лауреат Нобелевской премии Даниэль Канеман (1998) спросили людей, насколько счастливее, по их мнению, калифорнийцы по сравнению с представителями Среднего Запада. Результаты показали, что люди как в Калифорнии, так и в Среднем Западе склонны считать, что калифорнийцы должны быть значительно счастливее. На самом деле, люди упускают из виду множество негативных черт Калифорнии, таких как расслоение общества, высокие налоги, преступность и большое количество безработных

## Пример из жизни #20

Я выбираю между покупкой одного из нескольких домов. Я выбираю дом с самой большой кухней, возможно, потому что моя нынешняя кухня маленькая, и это вызывает у меня проблемы. При этом я не обращаю внимания на множество других характеристик дома

# Определение #21

**Ошибка различения** — склонности переоценивать эффект небольших количественных различий при сравнении вариантов

# Описание эксперимента #21

Эксперимент заключался в предложении выбрать один из двух вариантов: 1 десерт за 1 успешное событие из прошлого либо 3 десерта за провальное событие из личного опыта. Результат показал, что большинство людей склонно выбирать второй вариант, однако для большинства этот вариант оборачивался плохим настроением и падением мотивации, в то время как для людей, выбравших 1 вариант, это приводило к позитивной реакции на вознаграждение и необходимость поделиться успешной историей. Этот эксперимент демонстрирует то, что человек может совершать ошибку выбора, не думая на перспективу.

## Пример из жизни #21

Мы думаем, что дом площадью 110 квадратных метров сделает нас счастливее, чем дом площадью 90 квадратных метров. В действительности гораздо важнее то, как правильно организовать планировку и внутренний интерьер дома.



## Определение #22

**Консерватизм** — когнитивное искажение новой информации, если она противоречит устоявшимся убеждениям человека.

## Описание эксперимента #22

Есть две сумки, одна из которых содержит 700 красных и 300 синих фишек, другая содержит 300 красных и 700 синих. Возьми одну из сумок. Теперь вы выбираете случайным образом по фишке с заменой сумки после каждого фишки. За 12 раз вы получите 8 красных и 4 синих. какова вероятность того, что это преимущественно красная сумка?

Большинство субъектов выбрали ответ около .7. Правильный ответ по теореме Байеса ближе к 0,97. Эдвардс предположил, что люди обновляли свои убеждения консервативно, в соответствии с теоремой Байеса, более медленно, чем того требовала задача

## Пример из жизни #22

Если информации вокруг очень много, то человек выбирает в основном ту, которая подтверждает его мнение.

# Определение #23

**Эффект фрейминга** — когнитивное искажение, при котором форма подачи информации влияет на ее восприятие человеком.

## Описание эксперимента #23

Участникам было показано видео с автомобильными авариями, после чего людям был задан вопрос: «С какой скоростью ехали машины, когда столкнулись друг с другом?». В каждой группе вопросы немного отличались: глагол «столкнулись» заменялся на «врезались», «налетели», «задели» и «ударились». В результате было установлено, что изменения в постановке вопроса оказывали влияние на оценку скорости автомобилей, несмотря на то, что всем респондентам показывали один и тот же ролик.

## Пример из жизни #23

Стакан наполовину пуст или наполовину полон?

## Определение #24

**Денежная иллюзия** — термин, описывающий склонность людей воспринимать номинальную стоимость денег, а не их реальную стоимость, выражающуюся в покупательной способности. Иначе говоря, большинство людей больше обращают внимание на цифровой номинал денег, хотя важны количественные соотношения при покупке товаров.

## Описание эксперимента #24

Денежная иллюзия может влиять на представления людей о результатах. Люди, как правило, воспринимают как несправедливое сокращение номинального дохода приблизительно на 2 % без изменения цен на товары. Но при этом рост на 2 % номинальных доходов при одновременной инфляции в 4 % считают справедливым. Хотя эти два варианта экономически почти эквиваленты.



## Пример из жизни #24

Инфляция составила 13%, а зарплату повысили на 8% — работник рад повышению зарплаты и считает, что он теперь получает больше. А что на самом деле? На самом деле эти 8% прибавки «съела» инфляция. Более того, реальная зарплата даже упала на 4,4%.

## Определение #25

**Закон Вебера-Фехнера** — согласно данному закону существует предрасположенность людей больше воспринимать относительные ценовые изменения, нежели их абсолютные значения.

# Описание эксперимента #25

Люстра в которой 8 лампочек, кажется нам настолько же ярче люстры из 4-х лампочек, насколько люстра из 4-х лампочек ярче люстры из 2-х лампочек. То есть, количество лампочек должно увеличиваться в разы, чтобы нам казалось, что прирост яркости постоянен. И наоборот, если прирост яркости постоянен, нам будет казаться, что он уменьшается. Например, если добавить одну лампочку к люстре из 12 лампочек, то мы практически не заметим прироста яркости. В то же время, одна лампочка, добавленная к люстре из двух лампочек, даёт значительный кажущийся прирост яркости.

## Пример из жизни #25

Вы решили приобрести портативный DVD-плеер в магазине, который вы рассматриваете как самый дешевый в вашем районе. По прибытии туда, вы обнаруживаете, что интересующий вас плеер стоит 5000 руб., что в принципе соответствует вашим внутренним ожиданиям (референтной цене) и готовности платить. Однако перед совершением покупки вы встречаете старого приятеля, который утверждает, что абсолютно такой же DVD-плеер стоит 3500 руб. в магазине неподалеку;

## Определение #26

**Склонность к подтверждению своей точки зрения** — тенденция человека искать и интерпретировать такую информацию или отдавать предпочтение такой информации, которая согласуется с его точкой зрения, убеждением или гипотезой.

## Описание эксперимента #26

Предубеждения при интерпретации убеждений очень устойчивы, независимо от уровня интеллекта. Участники эксперимента сдали тест SAT (тест на поступление в колледж в США) для оценки их уровня интеллекта. После теста они ознакомились с информацией о безопасности автомобилей, в которой экспериментаторами была изменена страна происхождения авто. Участники из США высказывали своё мнение об автомобилях, которые должны быть запрещены в стране, по шестибалльной шкале, где «один» означало «однозначно да», а «шесть» — «точно нет». Сначала участники оценивали, выпустили ли бы они опасную немецкую машину на улицы Америки и опасную американскую машину на улицы Германии. Участники отметили, что опасную немецкую машину в Америке следует запретить быстрее, чем опасную американскую машину в Германии. Разница в уровне интеллекта не играла никакой роли в том, какой балл участники ставили запрету машины

## Пример из жизни #26

Вследствие склонности к подтверждению инвесторы могут действовать с чрезмерной уверенностью, игнорируя какие-либо сигналы о том, что их стратегии приведут к потере денег

# Определение #27

**Систематическая ошибка согласованности** — является одним из видов когнитивных искажений, это явление схоже с предвзятостью подтверждения. Систематическая ошибка согласованности происходит из-за чрезмерной увлеченности людей непосредственно исследовать данную гипотезу, пренебрегая косвенным опытом.



# Описание эксперимента #27

Экспериментатор давал испытуемым числовую последовательность «2, 4, 6», говорил, что эта последовательность следует определенному правилу, и давал задание найти правило, лежащее в основе последовательности. Большинство испытуемых ответили на задачу, быстро решив, что основное правило «числа, восходящие на 2», а также предоставили в качестве доказательства множество последовательностей, согласующихся с этим правилом, например, «3, 5, 7».

Каждая из этих последовательностей соответствует основному правилу, которое задумал экспериментатор, хотя правило «цифры в порядке возрастания на 2» не является фактическим критерием, который используется. Однако, поскольку субъекты преуспевают неоднократно, решая задачи тем же одним принципом, они наивно полагают, что их выбранная гипотеза верна. Когда экспериментатор сообщает испытуемым, что их гипотеза неверна, многие субъекты пытаются изменить формулировку правила, не меняя свой смысл, и даже те, кто переключаются на косвенное тестирование, не могут отказаться от части правила «+ 2», и производят схожие правила, такие как «первые два номера в последовательности являются случайными, а третий номер — второй номер плюс два». Многие субъекты никогда не обнаруживают решение, что фактическое правило, использованное экспериментатором — просто список возрастающих чисел, из-за неспособности испытуемых рассмотреть не прямые проверки их гипотезы.

## Пример из жизни #27

Студент Иван пренебрег опытом исследователей по данной проблеме и стал искать доказательство для именно этой гипотезы. При этом опыт коллег, а также свои собственные работы указывали на то, что нужно отбросить эту гипотезу.

## Определение #28

**Рационализация после покупки** — одно из **когнитивных искажений**, выражающееся в том, что покупатель дорогого продукта или услуги после покупки склонен искать рациональные аргументы и убеждать себя, что покупка стоила своих денег. Является частным случаем искажения в восприятии сделанного выбора.

## Описание эксперимента #28

Пару лет назад веб-ресурс сравнения кредитных карт CreditDonkey.com провел исследование, показавшее, что более 50% опрошенных часто или иногда испытывают «раскаяние покупателя» (buyer's remorse). Находясь в этом состоянии, потребители закрывают глаза на очевидные недостатки или дефекты продукта, чтобы оправдать свое решение о покупке.

## Пример из жизни #28

Например, покупатель не может выбрать, какую из двух **игровых консолей** ему стоит приобрести, однако в итоге его выбор склоняется в сторону той, которая имеется у его знакомых. После покупки обнаруживается, что для выбранной консоли, в отличие от другой, имеется не так много игр, ради которых её стоило покупать, однако покупатель не хочет признавать свой ошибочный выбор и пытается убедить себя и знакомых, что его выбор был правильным и мнение потребителя лучше, чем всеобщее мнение

# Определение #29

**Искажение в восприятии сделанного выбора** — тенденция задним числом приписывать положительные качества предмету или действию, которые человек выбрал.

## Описание эксперимента #29

Многие подобные исследования были проведены, например, пятьдесят летнее исследование запоминания оценок колледжа. В этом исследовании от одного до 54 лет после окончания, 276 выпускников правильно напомнили 3025 из 3967 оценок колледжа. Количество допущенных ошибок увеличилось с интервалом удерживания и лучшие студенты сделали меньше ошибок. Точность отзыва увеличилась с уверенностью в отзыве. Восемьдесят один процент погрешностей в определении оценки это завышение фактической оценки. Опираясь на эти данные можно предположить, что искажения происходят вскоре после окончания колледжа, остаются неизменными в течение интервала хранения в памяти, и тем больше для лучших студентов, которые вспоминали их с удовольствием. Таким образом, где-то в между тем, когда воспоминание в памяти хранится и при извлечении некоторое время спустя, может возникнуть искажение

## Пример из жизни #29

Например, если человек покупает компьютер от Apple, вместо компьютера (ПК) под управлением Windows, он, вероятно, игнорирует или преуменьшает недостатки компьютеров Apple, в то время преувеличивая недостатки компьютеров Windows. С другой стороны, он также, вероятно, заметит, и усилит преимущества компьютеров Apple, и не заметит или преуменьшит достоинства компьютеров Windows.



## Определение #30

**Селективное восприятие** — склонность людей уделять внимание тем элементам окружения, которые согласуются с их ожиданиями, и игнорировать остальное. Примером данного явления может быть выборочное восприятие фактов из новостных сообщений.

## Описание эксперимента #30

В классическом эксперименте, касающемся эффекта враждебных СМИ (который сам по себе является примером селективного восприятия), зрители просматривали диафильм особо ожесточённого матча по американскому футболу между Принстонским университетом и Дартмутским колледжем. Зрители из Принстона заметили почти в два раза больше нарушений, совершённых дартмутской командой, чем зрители из Дартмута. Один зритель из Дартмута не заметил ни одного нарушения со стороны «своей» команды

## Пример из жизни #30

Две баскетбольные команды пасуют друг другу мяч. Зрители должны посчитать, сколько раз был сделан пас. Обычно мало кто ошибается в подсчётах, однако никто не замечает человека в костюме обезьяны, который ходит прямо по игровому полю.

# Определение #31

**Эффект ожидания наблюдателя** — бессознательное манипулирование ходом опыта для обнаружения ожидаемого результата

# Описание эксперимента #31

Эксперимент был проведен на репрезентативной группе, которая должна была узнать информацию друг о друге, располагая заранее предвзятой информацией. Узнавая других, люди, как правило, задавали наводящие вопросы, которые были предвзятыми в подтверждение своих предположений о человеке. Тем не менее, этот вид предвзятости также считается примером социальных навыков: способ установить связь с другим человеком посредством эффекта ожидания наблюдателя

Dardenne B, Leyens JP (1995). "Confirmation Bias as a Social Skill". *Personality and Social Psychology Bulletin*. **21** (11): 1229–1239. doi:10.1177/01461672952111011.

## Пример из жизни #31

Если при опытах исследователь ожидает получить определённый результат, он может бессознательно манипулировать ходом эксперимента и даже ненамеренно ошибиться при интерпретации полученных данных, чтобы результат соответствовал ожиданиям.

## Определение #32

**Ошибка экспериментатора** — это форма реактивности, в которой когнитивный уклон исследователя заставляет их подсознательно влиять на участников эксперимента.

## Описание эксперимента #32

Исследователи сравнивали эффективность двух групп, выполняющих одну и ту же задачу (оценивая портретные снимки и оценивая, насколько успешным был каждый из них по шкале от -10 до 10), но с разными ожиданиями экспериментатора.

В одной группе («Группа А») экспериментаторам было предложено ожидать положительных оценок, тогда как в другой группе («Группа В») экспериментаторам предлагалось ожидать отрицательные оценки. Данные, собранные в Группе А, были более оптимистичными, чем данные, собранные в Группе В. Исследователи предположили, что экспериментаторы дали тонкие, но четкие подсказки, которым подчинялись испытуемые.



## Пример из жизни #32

В 1960-х годах психолог работал над исследованием, чтобы доказать наследственность I.Q. Он предположил, что дети из рабочего класса имели более низкий уровень I.Q., а дети из более высокого социального класса имели более высокий I.Q.

# Определение #33

**Эффект наблюдателя** — смещение результатов исследования в результате когнитивных искажений наблюдателя

## Описание эксперимента #33

На основании исследования у каждого исследователя своя призма, через которую он смотрит на эксперимент. Для этого было проведено исследование процесса проведения исследования, в ходе которого были опрошены разные участники проекта. В ходе этого действия было выяснено, что у каждого свое понимание о гипотезе и методе проведения исследования.

Hróbjartsson, Asbjørn; Thomsen, Ann Sofia Skou; Emanuelsson, Frida; Tendal, Britta; Hilden, Jørgen; Boutron, Isabelle; Ravaud, Philippe; Brorson, Stig (2012-02-27). "Observer bias in randomised clinical trials with binary outcomes: systematic review of trials with both blinded and non-blinded outcome assessors". *BMJ*. **344**: e1119. doi:10.1136/bmj.e1119. ISSN 0959-8138. PMID 22371859.

## Пример из жизни #33

Исследователь проводил рыночное исследование продуктов онлайн-банкинга. Для банка Н он приготовил одну из плохих позиций в рейтинге, исходя из своих данных. Внезапно ему позвонил сотрудник из службы безопасности банка Н, после чего результаты банка были изменены в совершенно другую сторону. Так, аналитика рынка вышла с завышенными показателями для банка Н.

# Определение #34

**Ошибка ожидания** — человеческая склонность к ошибочной оценке времени, которое может быть сэкономлено (или потеряно) в результате увеличения (или снижения) скорости.

## Описание эксперимента #34

Участникам было предложено определить, какой из двух планов улучшения дороги будет более эффективным для сокращения среднего времени в пути. Респонденты предпочитают план, который увеличит среднюю скорость с 70 до 110 км / ч больше, чем план, который увеличит среднюю скорость с 30 до 40 км / ч, хотя последний на самом деле экономит больше времени

(Svenson, 2008, Experiment 1).

## Пример из жизни #34

Компания по производству пленки для аналоговых фотоаппаратов сейчас находится в убытке, потому что топ-менеджмент счел преждевременным переход на линейку продуктов для цифровых фотоаппаратов

# Определение #35

**Ошибка ожидания** — человеческая склонность к ошибочной оценке времени, которое может быть сэкономлено (или потеряно) в результате увеличения (или снижения) скорости.



## Описание эксперимента #35

Участникам было предложено определить, какой из двух планов улучшения дороги будет более эффективным для сокращения среднего времени в пути. Респонденты предпочитают план, который увеличит среднюю скорость с 70 до 110 км / ч больше, чем план, который увеличит среднюю скорость с 30 до 40 км / ч, хотя последний на самом деле экономит больше времени

(Svenson, 2008, Experiment 1).

## Пример из жизни #35

Компания по производству пленки для аналоговых фотоаппаратов сейчас находится в убытке, потому что топ-менеджмент счел преждевременным переход на линейку продуктов для цифровых фотоаппаратов

# Определение #36

**Эффект страуса** — когнитивное искажение, которое заключается в том, что человек, уклоняется от неприемлемой для себя ситуации.

## Описание эксперимента #36

Исследователи изучили ряд таких факторов, как комиссионные брокеры, налоги и штрафы, и обнаружили, что единственным объяснением большей ценности неликвидных облигаций является «эффект страуса»: люди инвестируют в неликвидные облигации, чтобы не беспокоиться о том, что их стоимость будет расти или падать, так как они неприкосновенны минимум год для избежания штрафа.

## Пример из жизни #36

Медицина: люди не спешат читать результаты анализов, опасаясь, что они будут неблагоприятными.

# Определение #37

**Субъективное придание значимости**— восприятие чего-либо, как истинного, если верования субъекта требуют, чтобы это было истинным.

## Описание эксперимента #37

Один тест был выполнен Майклом Гокленом, французским астрологом. Он предлагал людям бесплатные гороскопы всем, кто читал Ici Paris, при условии, что они дадут обратную связь о том, насколько точен гороскоп для них. Он разослал тысячи одинакового гороскопа людям с различными астрологическими знаками. Девяносто четыре процента читателей отвечают, что его читатели были «очень точными и проницательными». Что люди не знали, что это был за гороскоп для доктора Петиота, осужденного серийного убийцы 63 человек.

## Пример из жизни #37

Мария верит в гороскоп, несмотря на тот факт, что она в курсе о его псевдонаучности, что было рассказано на лекции в ВУЗе



# Определение #38

**Эффект продолжающегося влияния** — относится к тому, как стереотипная ложь сохраняется в нашем мышлении.

## Описание эксперимента #38

Исследование показало, что люди продолжают использовать информацию, даже если она была явно определена как неверная. Это может происходить не только для неявно выведенной информации, но также и для очевидных данных. Было обнаружено, что респонденты не склонны к приостановке использованию информации даже при наличии релевантных опровержений.

# Пример из жизни #38

Китайскую стену можно увидеть с Луны

## Определение #39

**Рефлекс Земмельвайса** — неспособность человека принять новые факты, если они противоречат его устоявшемуся убеждению.

## Описание эксперимента #39

На выборке респондентов проведено исследование, которое доказывает, что большинство людей склонны к невосприятию новой информации, которая не сходится с устоявшейся агендой знаний.

## Пример из жизни #39

Никто не верил в состоятельность идеи ракет с многоразовым использованием, пока Илон Маск не запустил их в космос.

# Определение #40

**Эффект слепого пятна** — когда человек занят, он замечает лишь то, о чем уже знает

## Описание эксперимента #40

Во время баскетбольного матча, который показывали на мониторе, участников эксперимента просили следить за мячом и считать количество передач. Мяч так и не смог ускользнуть от пристального взора зрителей, но это был лишь отвлекающий маневр. Пока шла игра, из одного угла экрана в другой проходила девушка под зонтиком. Вот она-то и была вишенкой на торте в этом эксперименте. Тем не менее, часть испытуемых настолько усердно наблюдала за мячом, что так её и не заметила.



## Пример из жизни #40

Трудно одновременно играть в Flappy bird и водить автомобиль

# Определение #41

**Наивный цинизм** — возникает, когда люди наивно ожидают большего эгоцентрического предубеждения в других, чем на самом деле.

# Описание эксперимента #41

В одной серии классических экспериментов Крюгера и Гиловича группы, включающие игроков в видеоигры, игроков в дартс и спорщиков, спрашивали, как часто они несут ответственность за хорошие или плохие события по отношению к своему партнеру. Участники равномерно распределяли себя как на хорошие, так и на плохие события, но ожидали, что их партнер возьмет на себя больше ответственности за хорошие события, чем за плохие (эгоцентрическое предубеждение), чем они на самом деле.

# Пример из жизни #41

“Или деньги хотели содрать или притворялись”

## Определение #42

**Конфабуляция** — ложные воспоминания, в которых факты, бывшие в действительности либо видоизменённые, переносятся в иное (часто в ближайшее) время и могут сочетаться с абсолютно вымышленными событиями

## Описание эксперимента #42

Конфабуляция может быть обнаружена с помощью опыта Диза — Родигера — МакДермотта. Участники прослушивают аудиозапись нескольких списков тематически связанных слов. Затем участников попросят вспомнить слова в своем списке. Если участник вспоминает слово, которое никогда не было указано в списке, это считается конфабуляцией.

## Пример из жизни #42

На той встрече мои работодатели спросили: "Как можно помочь вам вернуться к работе и снова встать на ноги?". Подобная мысль - одна из иллюстраций, как может выглядеть конфабуляция.

# Определение #43

**Наивный реализм** — реально всё, что нормальный человек воспринимает в нормальных условиях и описывает общепринятым и соответствующим фактам языком



## Описание эксперимента #43

С точки зрения наивного реалиста, реальность — это то, что он лично воспринимает при помощи своих органов чувств, а также то, что он думает и знает о чувственно воспринимаемом мире. В повседневной жизни наивный реализм вредит здоровой психологии познания, а в науке ведёт к догматизму и некритическому **гипостазированию** теоретических понятий. Согласно наивному научному реализму теория, которую признало научное сообщество, обладает исчерпывающей истинностью, то есть даёт полный и точный образ описываемой системы объектов

# Пример из жизни #43

“мы не ощущаем движения планеты”

# Определение #44

**Иллюзия кластеризации** — тенденция ошибочно считать неизбежные «полосы» или «кластеры» значений, возникающие в небольших выборках из случайных распределений, неслучайными.

# Описание эксперимента #44

Томас Гилович, один из первых исследователей этого вопроса, утверждал, что иллюзия кластеризации возникает при различных типах случайных дисперсий, включая двумерные данные, такие как скопления в местах падения авиабомб V-1 на картах Лондона во время Второй мировой войны; или при оценке закономерностей колебаний цен на фондовом рынке с течением времени<sup>[1]</sup>.

Хотя лондонцы разработали конкретные теории о характере бомбардировок в Лондоне, статистический анализ Р. Д. Кларка, впервые опубликованный в 1946 году, показал, что распределение бомб было близко к математической случайности

## Пример из жизни #44

Важным примером кластеризации является то, что звёзды на ночном небе в некоторых областях кажутся более яркими и кучными, в то время как в других областях есть «пустые» пятна. При иллюзии скопления человек просто ожидает, что этому должно быть какое-то **физическое** объяснение (например, звёзды должны быть физически сгруппированы в пространстве), поскольку они «не кажутся действительно случайными». Однако положение звезд является случайным, и наше представление о системности является ошибочным.

# Определение #45

**Ошибка из-за размера выборки** — когнитивное искажение, которое возникает, когда люди оценивают вероятность получения статистики выборки без учета размера выборки.



## Описание эксперимента #45

Определенный город обслуживают две больницы. В большой больнице каждый день рождается около 45 детей, а в маленькой больнице - около 15 детей каждый день. Как вы знаете, около 50% всех детей - мальчики. Тем не менее, точный процент меняется со дня на день. Иногда оно может быть выше 50%, иногда ниже.

В течение 1 года в каждой больнице регистрировались дни, в которые более 60% рожденных детей были мальчиками. Как вы думаете, в какой больнице зарегистрировано больше таких дней?

1. Большая больница
2. Малая больница
3. Примерно то же самое (то есть в пределах 5% друг от друга).

56% субъектов выбрали вариант 3, и 22% субъектов соответственно выбрали варианты 1 или 2. Однако, согласно теории выборки, большая больница с гораздо большей вероятностью сообщает о соотношении полов, близком к 50% в определенный день, чем малая больница. Правильный ответ на вопрос: 2.



## Пример из жизни #45

Если бы я измерил одного человека, который случайно оказался бы ростом 6 футов, а затем сказал вам, что все в мире ростом 6 футов, вы бы интуитивно поняли, что это ошибка. Вы бы сказали, что не можете измерить только одного человека, а затем сделать вывод обо всех. Для этого вам понадобится гораздо большая выборка .

# Определение #46

**Отрицание вероятности** — вместо какой-либо оценки вероятности игнорируются или значительно преувеличиваются

## Описание эксперимента #46

В эксперименте 1972 года участники были разделены на две группы: первой сказали, что они получают легкий электрический ток, а второй сказали, что есть 50-процентный шанс, что они получают такой же удар. Когда измеряли физическую тревогу испытуемых, различий между двумя группами не было. Это отсутствие различий сохранялось даже тогда, когда вероятность шока второй группы была снижена до 20 процентов, затем до десяти, а затем до пяти. Вывод: «мы реагируем на ожидаемую величину события ... но не на его вероятность. Другими словами: нам не хватает интуитивного понимания вероятности».

## Пример из жизни #46

В течение долгого времени после 11 сентября многие люди отказывались летать, потому что они испытывали повышенное чувство страха, хотя, по статистике, большинство из них не подвергались значительно большему риску после нападений, чем были раньше.

# Определение #47

**Случай из жизни** — вы использовали личный опыт или отдельный пример вместо веских аргументов или убедительных доказательств.

## Описание эксперимента #47

Людам часто намного легче поверить в чье-то свидетельство, а не в понимание сложных данных в ходе работы. Количественные научные измерения почти всегда более точны, чем личные восприятия и переживания, но мы склонны верить в то, что для нас материально и имело место быть

## Пример из жизни #47

“...Джейсон сказал, что это все круто и все такое, но его дедушка курил около 30 сигарет в день и прожил до 97 - так что не верьте всему, что вы читаете о метаанализе методологически обоснованных исследований, показывающих доказанные причинно-следственные связи.”

# Определение #48

**Иллюзия валидности** — это когнитивное искажение, при котором человек переоценивает свою способность интерпретировать и точно прогнозировать результат при анализе набора данных, в частности, когда анализируемые данные показывают очень непротиворечивую закономерность



## Описание эксперимента #48

Даниэль Канеман проиллюстрировал иллюзию действительности, описав процедуры оценки в израильской армии. Профессиональных психологов просили оценивать и классифицировать новобранцев, но с этой задачей они плохо справлялись. Причиной этого было то, что они принимали немедленное решение о категоризации, после чего уже использовали доказательную базу для поддержки своего выбора. Когда же они стали использовать простую модель, в которой нужно было оценивать несколько черт личности от 1 до 5, их эффективность улучшилась в отборе новобранцев

## Пример из жизни #48

В 2014 году статья в Rolling Stone представила материалы о случае изнасилования в Университете Вирджинии, которое оказалось ложным. Авторы и редакторы Rolling Stone, президент университета и другие администраторы, а также многие студенты быстро поверили в ложные обвинения. Позже Харлан Лоеб объяснил это как пример иллюзии валидности в действии.

## Определение #49

**Ошибка про человека в маске** — ошибка в формальной логике, при которой замена обозначения на идентичное в верном утверждении может привести к неверному выводу.

# Описание эксперимента #49

Классический пример ошибки человека в маске:

Предпосылка 1: я знаю, кто мой отец.

Предпосылка 2: я не знаю, кто такой человек в маске.

Вывод: человек в маске не мой отец.

Этот аргумент ошибочен, потому что, основываясь только на этих предпосылках, невозможно сделать вывод, что человек в маске не мой отец. В частности, этот аргумент основан на предположении, что, если бы мой отец и человек в маске были одним и тем же человеком, то, что я знал бы о каждом из них, обязательно было бы одинаковым. Однако, как мы видели выше, это предположение неверно, и даже если бы мой отец и человек в маске были одним и тем же человеком, то, что я знаю о каждом из них, могло бы быть различным.

## Пример из жизни #49

Учитель просматривает историю поведения ученика и предыдущие хорошие оценки. Он полагает, что у него не будет проблем с учеником и он сможет получить оценку “А” в классе. Что учитель не знает, так это то, что родители ребенка разводятся, и ребенок переживает тяжелые времена. Это может привести к тому, что у ученика возникнут поведенческие проблемы, и его оценки снизятся. Иллюзия обоснованности заставила учителя сделать прогноз, который в итоге не сбылся.

## Определение #50

**Иллюзия новизны** — интересный психологический эффект. Он возникает, когда человек, впервые увидев продукт, начинает замечать его повсюду. Как Вы можете это использовать в маркетинге.

## Описание эксперимента #50

Можно с уверенностью сказать, что рост популярности «between you and I» в позднем современном английском языке имеет историю в 160 лет, а не на последние 20; при этом более раннее использование этого выражения уходит в прошлое на 400 лет. Джон Саймон в 1980 году предположил, что это выражение из-за его популярности в последнее время можно назвать современным, при этом история языка говорит об обратном.

## Пример из жизни #50

Это эффект избирательного внимания. Вашим представлениям об этом просто нельзя доверять; Сначала вы должны проверить факты, прежде чем заявить о том, что слово современное.



# Определение #51

**Ошибка игрока** — отражает распространённое ошибочное понимание случайности событий.

# Описание эксперимента #51

В случае с подбрасыванием **монеты** много раз вполне может произойти такая ситуация, когда выпадет 9 «**решек**» подряд. Если монета «нормальная» («правильная»), то для многих людей кажется очевидным, что при следующем броске **вероятность** выпадения «**орла**» будет больше: сложно поверить, что «решка» может выпасть десятый раз подряд. Тем не менее, такой вывод является ошибочным. Вероятность выпадения следующего орла или решки по-прежнему остаётся  $1/2$ .

## Пример из жизни #51

Происхождение названия такого **когнитивного заблуждения** как «ложный вывод **Монте-Карло**» связывают с событиями, произошедшими 18 августа 1913 года, когда за одним из игровых столов с рулеткой в **казино Монте-Карло** шарик останавливался на чёрном поле рулетки 26 раз подряд. Как известно, на стандартном колесе рулетки число красных и чёрных ячеек (карманов) одинаковое; следовательно вероятность выпадения одного из цветов равняется 50 %. Однако тогда в Монте-Карло чёрный цвет выпал 26 раз подряд, в связи с чем игроки ставили на красное, надеясь, что последовательность выпадения чёрного прервётся, и проигрывал

## Определение #52

**Ошибка горячей руки** — ошибочное убеждение, согласно которому человек, испытавший успех в случайном событии, имеет более высокие шансы повторить свой результат.

# Описание эксперимента #52

Исследование предоставляет пример относительно "броска монеты"; Респонденты ожидали, что даже короткие последовательности решки и орла будут составлять примерно 50% орла и 50% решки. Исследование предложило два искажения, которые создаются типом мышления, применяемым к бросанию монеты: это может привести к тому, что человек поверит в то, что вероятность появления решки или орла увеличивается после того, как произошла длинная последовательность любого из них (известная как ошибка игрока); или это может привести к тому, что человек отклонит случайность из-за убеждения, что полоса любого из результатов не является репрезентативной для случайной выборки.

## Пример из жизни #52

Классический пример заблуждения происходит, при подбрасывании монеты. Если «решка» приземляется лицом вверх, скажем, четыре или пять раз, большинство людей поверит, что монета приземлится «орлом» в следующий раз. Иногда даже утверждая, что повторное падение «решкой» увеличивает вероятность выпадания «орла».

В действительности, каждый раз, когда монета подбрасывается, вероятность того, что монета упадет так или иначе, составляет 50%. Предыдущие броски монеты не влияют на результат

# Определение #53

**Иллюзорная корреляция** — когнитивное искажение преувеличенно тесной связи между переменными, которая в реальности или не существует, или значительно меньше, чем предполагается.

# Описание эксперимента #53

В ходе эксперимента испытуемым, не имеющим медицинской подготовки, предлагалась информация о гипотетических душевнобольных. Затем им предлагалось оценить частоту, с которой каждый диагноз (например, паранойя) сопровождался особенностями рисунка (например, большие глаза). В ходе эксперимента выяснилось, что испытуемые преувеличивали частоту совпадения естественных ассоциаций (большие глаза — паранойя). Данные эксперимента подвергли сомнению состоятельность **проективных методик** как психодиагностического инструмента



## Пример из жизни #53

Существует достаточно распространенное мнение, согласно которому женщины плохо водят. Довольно обширный список гонимых, предлагаемый Википедией, говорит о том, что это не так. Соответственно, такое мнение, скорее всего, — стереотип: завидев на дороге среди оживленного движения относительно медленно едущий автомобиль, многие водители, скорее всего, подумают, что за рулем женщина — и не преминут отпустить нелестное замечание на этот счет.

Да, за рулем действительно может быть женщина — но с вероятностью 50 процентов (или с другой — в зависимости от количества машин на дороге, распределения полов среди населения и других факторов). Несмотря на это, в сознании рядового водителя все равно будет существовать устойчивая связь между медленно едущим автомобилем, с одной стороны, и женщиной за рулем, с другой.

# Определение #54

**Парейдолия** — разновидность зрительных иллюзий, возникающих как у лиц с психическим расстройством, так и у здоровых; заключается в формировании иллюзорных образов, в качестве основы которых выступают детали реального объекта

# Описание эксперимента #54

Исследователь побуждал участников эксперимента разглядеть в них лицо, и участники опыта в 34% случаев заявляли, что им это удастся. Черты лица в этих размытых картинках можно было увидеть только с очень большой натяжкой, но тем не менее мозг услужливо выдавал искомую иллюзию.

Люди склонны полагать, что наши глаза исправно передают нам картину окружающего мира, но на самом деле поступающие с сетчатки сигналы далеки от идеальных, и мозгу приходится их корректировать, из-за чего может возникать этот эффект

## Пример из жизни #54

У психически здоровых парейдолии могут проявляться, например, в виде ложного восприятия изображения лица человека на поверхности Луны или Марса.

# Определение #55

**Антропоморфизм** — перенесение человеческого образа и его свойств на неодушевлённые предметы, животных, растения, природные явления, сверхъестественных существ, абстрактные понятия и др.

# Описание эксперимента #55

Языковые реконструкции и другие данные свидетельствуют, что антропоморфизм был господствующим принципом познания и объяснения непонятных явлений природы и закономерностей устройства мира на ранних этапах развития общества (идёт гроза, небо хмурится, листва шепчет и т. п.). Антропоморфизм был свойственен большинству религиозных систем и выражался в перенесении физических свойств и психических качеств человека на предметы поклонения: неодушевлённые объекты (камень, скала, солнце), живые существа (дерево, крокодил, лев), а также существа земного или среднего (лешие, домовые), верхних (боги, ангелы) и нижних (демоны, черти) миров. У обитателей верхних и нижних миров, наряду с общими признаками сходства с человеком, как правило, присутствуют признаки, отличающие их от людей.ф

## Пример из жизни #55

Характерный **пример антропоморфизма** в рекламе — человекообразные конфеты M&M's

# Определение #56

**Ошибка коллективной атрибуции** — склонность человека объяснять поступки и поведение других людей их личностными особенностями (так называемой «внутренней диспозицией»), а собственное поведение — внешними обстоятельствами



# Описание эксперимента #56

Причины фундаментальной ошибки атрибуции<sup>[1]</sup>:

- ложное согласие — представление о своём поведении как о типичном, а об отличающемся от него — как о ненормальном;
- неравные возможности — игнорирование особенностей, обусловленных ролевой позицией;
- игнорирование информационной ценности неслучившегося — неслучившееся должно также быть основанием для оценки поведения;
- большее доверие к фактам, чем к суждениям — это обусловлено механизмом «фигура — фон»;
- лёгкость построения ложных корреляций — черты ошибочно соединяются как обязательно сопутствующие друг другу.

## Пример из жизни #56

Например: «Я сдал экзамен на отлично, потому что хорошо владею предметом и часто работал на семинарах», но «Он сдал экзамен на отлично, потому что ему попался легкий билет и потому что преподаватель устал и хотел поскорее домой».

# Определение #57

**Ошибка предельной атрибуции** — склонность индивида предполагать, что и другие люди думают, действуют или хотят того же, что и он сам

## Описание эксперимента #57

Так, в одном исследовании показано, что для белых студентов пинок - это очевидное проявление агрессии, и они склонны интерпретировать его в диспозиционном духе, когда он исходит от черного, в отличие от тех случаев, когда его наносит белый (Duncan, 1976).

## Пример из жизни #57

Когда мужчины добиваются успеха в выполнении традиционно мужских заданий, для этого гораздо чаще, чем если такого же успеха добивается женщина, привлекаются объяснения, связанные с наличием способностей, а неуспех мужчины чаще, чем неуспех женщины, склонны объяснять как частную неудачу либо как результат недостаточных усилий

# Определение #58

**Стереотипизация** — восприятие, классификация и оценка объектов, событий, индивидов путём распространения на них характеристик какой-либо социальной группы или социальных явлений на основе определенных представлений, выработанных стереотипов.

# Описание эксперимента #58

В ходе исследований нейробиологи выяснили, что миндалевидное тело в структуре медиальной височной доли играет главную роль в возбуждении, внимательности и вызывает реакцию «бей или беги», таким образом человек реагирует на социальные угрозы так же, как и на физические. Бессознательное предубеждение — это защитная реакция

## Пример из жизни #58

В СМИ женщины становятся предметом обсуждения. Женщину описывают по ее внешним данным, а мужчину по его успехам в работе. Как высказался Джон Бёрджер в 1972 году:

«Мужчины действуют, а женщины показываются.»



## Определение #59

**Эффект моральной непогрешимости** — способность воспринимать себя как образец добродетели и высокой морали.

# Описание эксперимента #59

Исследования показывают, что самолицензирование влияет на моральную саморегуляцию и индивидуальное поведение в различных ситуациях; например, это может повлиять на потребительские покупки, политические взгляды, благотворительность, энергетическую политику и использование энергии в домашних условиях, наем на работу, расовые установки, принятие решений, связанных со здоровьем, рискованное сексуальное поведение, употребление алкоголя и использование пищевых добавок

Khan, Uzma; Dhar, Ravi (2006). "Licensing effect in consumer choice" (PDF). *Journal of Marketing Research*. **43** (2): 259–266.

## Пример из жизни #59

Возможность поддержать Барака Обаму во время президентских выборов 2008 года сделала его сторонников более склонными к выражению взглядов, которые отдавали предпочтение белым за счет афроамериканцев. По сути, одобрение заставило афроамериканцев почувствовать, что к ним относятся непредвзято и нивелировать накопившуюся вину белых по отношению к ним.

# Определение #60

**Функциональная закреплённость** — использование предмета в каком-то одном качестве препятствует последующему использованию его в ином качестве в этой же текущей ситуации.

## Описание эксперимента #60

Испытуемые находили на столе лист белого картона и четыре чёрных квадрата; среди множества посторонних предметов на столе были и скрепки. Черные квадраты нужно было прикрепить к картону, а потом каким-то образом подвесить картон к петле, свисавшей с потолка. Часть испытуемых должна была приклеить чёрные квадраты к картону, другая — прикрепить скрепками. Эксперимент показал, что испытуемым первой группы легче было догадаться, что после этого нужно разогнуть одну из оставшихся на столе скрепок и с её помощью прикрепить картон к петле.

## Пример из жизни #60

У вас есть две свечи, много кнопок и коробок спичек. Используя только эти предметы, попытайтесь придумать, как прикрепить свечи к стене. Можно использовать спички, чтобы растопить нижнюю часть каждой свечи, а затем при помощи горячего воска закрепить свечу в коробке из-под спичек. И уже после этого можно использовать чертёжные кнопки и прикрепить коробок к стене.

# Определение #61

**Эссенциализм** — концепция, предполагающая, что у вещей есть некая глубинная реальность, истинная природа, которую нельзя узреть напрямую, и что для нас важна именно эта скрытая сущность

# Описание эксперимента #61

Одним из важных доказательств эссенциализма является убеждение, что свойства фиксируются при рождении (также известный как врожденный потенциал). Чтобы проверить это понятие, исследователи учат детей человека или животного, у которого есть набор биологических родителей, а затем при рождении он переключается на новую среду и новый набор родителей



## Пример из жизни #61

Исследования показывают, что дети часто группируют вещи так, как если бы у них были основные сущности, которые, хотя их нельзя увидеть, можно использовать для предсказания характеристик, общих для членов этой группы.

## Определение #62

**Вера в справедливый мир** — социально-психологический феномен, выражающийся в вере в то, что мир устроен справедливо, и люди в жизни получают то, что заслуживают в соответствии со своими личными качествами и поступками: хорошие люди награждаются, а плохие — наказываются

# Описание эксперимента #62

Исследования показали, что люди, верящие в справедливость мира, обычно более религиозные, авторитетные и консервативные и проявляющие склонность к религиозным убеждениям, , бедных и обездоленных

## Пример из жизни #62

До поступления в ВУЗ Алексей обладал когнитивной иллюзией: верой в справедливый мир. Однако спустя 3 года обучения в ВУЗе он перестал считать мир божественным, вместо этого мир для него это совокупность социальных индивидов с разными потребностями.

## Определение #63

**Вера в справедливый мир** — социально-психологический феномен, выражающийся в вере в то, что мир устроен справедливо, и люди в жизни получают то, что заслуживают в соответствии со своими личными качествами и поступками: хорошие люди награждаются, а плохие — наказываются

# Описание эксперимента #63

Исследования показали, что люди, верящие в справедливость мира, обычно более религиозные, авторитетные и консервативные и проявляющие склонность к религиозным убеждениям, , бедных и обездоленных

## Пример из жизни #63

До поступления в ВУЗ Алексей обладал когнитивной иллюзией: верой в справедливый мир. Однако спустя 3 года обучения в ВУЗе он перестал считать мир божественным, вместо этого мир для него это совокупность социальных индивидов с разными потребностями.

# Определение #64

**Ошибка в ошибке** — заблуждение в ошибочных причинах; Если  $P$ , то  $Q$ .  $P$  является ошибочным аргументом. Следовательно,  $Q$  ложно



## Описание эксперимента #64

Argumentum ad logicam может использоваться как призыв ad hominem: подрывая доверие оппонента или добросовестность, он может использоваться для того, чтобы повлиять на аудиторию, подрывая оратора, а не обращаясь к аргументу оратора.

## Пример из жизни #64

Рассмотрим ситуацию, когда кто-то утверждает, что определенное медицинское лечение предпочтительнее альтернативы просто потому, что оно воспринимается как более «естественное», а кто-то еще указывает на то, что это рассуждение ошибочно, поскольку важно то, является ли новое лечение лучшим на практике, и не будет ли это более естественным.

Несмотря на то, что это действительно так, поскольку первоначальный аргумент на самом деле ошибочен, было бы ошибочным предполагать, что вывод первоначального аргумента обязательно был неверным, поскольку вполне возможно, что более «естественное» обращение действительно лучше, даже если аргумент, который используется для его поддержки, ошибочен.

# Определение #65

**Апелляция к авторитету**— предложение считать некоторое утверждение корректным потому, что такое утверждение сделано неким источником, считающимся авторитетным.

# Описание эксперимента #65

Обращение к авторитету является важной частью **неформальной логики**. Поскольку невозможно быть экспертом во всех областях современного знания, зачастую приходится полагаться на мнение авторитетов в этих областях. В самом утверждении, что конкретное мнение авторитета является корректным, не содержится логической ошибки. Однако такая ошибка возникает, если пытаться утверждать, что авторитетное мнение всегда принципиально корректно и, следовательно, не должно подвергаться критике. Такая ошибка также возникает в случае апеллирования к мнению авторитетного источника, который не является экспертом в той области, к которой относится конкретный аргумент.

## Пример из жизни #65

В СМИ это часто происходит, когда руководители делятся своим видением развития проектов и прочих дел, ссылаясь к экспертным агентствам и отдельным консультантам

# Определение #66

**Заблуждение надежности автоматизации**— склонность людей отдавать предпочтение предложениям автоматизированных систем принятия решений и игнорировать противоречивую информацию, полученную без автоматизации, даже если она верна.

# Описание эксперимента #66

Смещение автоматизации может принимать форму комиссионных ошибок, которые возникают, когда пользователи следуют автоматизированной директиве без учета других источников информации. И наоборот, ошибки пропуска возникают, когда автоматизированные устройства не обнаруживают или не указывают на проблемы, а пользователь не замечает этого, потому что они не контролируют систему должным образом.

## Пример из жизни #66

Подобные вещи случаются так часто в Долине Смерти, Калифорния, что местные рейнджеры придумали термин «смерть по GPS». Есть много аналогичных примеров в авиации, где пилоты доверяют автоматизированным навигационным системам, даже если их собственные суждения говорят об обратном.



# Определение #67

**Присоединение к большинству** — форма группового мышления, проявляющаяся в том, что популярность определённых убеждений увеличивается по мере того, как их принимает всё больше людей

## Описание эксперимента #67

Несколько исследований проверяли теорию эффекта присоединения к большинству на принятии политических решений. В 1994 году Роберт Гойдел и Тодд Шилдс опубликовали в *The Journal of Politics* результаты исследования, в котором случайным образом разделили 180 студентов Университета Кентукки на девять групп и задали им вопросы об одних и тех же сценариях выборов. Около 70 % участников получили информацию об ожидаемых победителях. Изначально нейтральные участники, не поддерживавшие одну из партий, в два раза чаще голосовали за кандидата от Республиканской партии, если им говорили, что у него больше шансов победить. Если же ожидаемым победителем назывался демократ, то независимые республиканцы и слабые республиканцы голосовали за него.

## Пример из жизни #67

В 2015 году онлайн-образование только набирало обороты, несколько крупных инфобизнесменов стали использовать площадку GC, со временем большинство авторских курсов перешло на эту же платформу, невзирая на то, что в ней много недостатков.

## Определение #68

**Эффект плацебо** — называют улучшение самочувствия человека благодаря тому, что он верит в эффективность некоторого воздействия, в действительности нейтрального.

# Описание эксперимента #68

Установлено, что эффект плацебо может проявиться даже если пациенты знают, что получают просто нейтральные пилюли. В исследовании, проведенном в медицинской школе Джона Хопкинса, 15 человек проходили лечение состояния тревоги и получали раз в неделю сладкую пилюлю. Им откровенно объяснили, что это «пустышки», однако отметили, что некоторым больным они помогают. После завершения лечения 14 пациентов сообщили, что их тревога существенно уменьшилась, из них 9 считали, что улучшение обусловлено именно действием пилюли, 6 — подозревали, что в пилюлях содержатся активно действующие вещества, 3 — пожаловались на побочные эффекты (ухудшение зрения, сухость во рту). Такие жалобы типичны при приеме некоторых психотропных лекарств.

## Пример из жизни #68

В [США](#) с недавнего времени выпускаются таблетки **Obecalp**, содержащие (помимо основы капсулы) только [сахар](#) и предназначенные для «лечения детей от [лени](#)».

## Определение #69

**Эффект плацебо** — называют улучшение самочувствия человека благодаря тому, что он верит в эффективность некоторого воздействия, в действительности нейтрального.

# Описание эксперимента #69

Установлено, что эффект плацебо может проявиться даже если пациенты знают, что получают просто нейтральные пилюли. В исследовании, проведенном в медицинской школе Джона Хопкинса, 15 человек проходили лечение состояния тревоги и получали раз в неделю сладкую пилюлю. Им откровенно объяснили, что это «пустышки», однако отметили, что некоторым больным они помогают. После завершения лечения 14 пациентов сообщили, что их тревога существенно уменьшилась, из них 9 считали, что улучшение обусловлено именно действием пилюли, 6 — подозревали, что в пилюлях содержатся активно действующие вещества, 3 — пожаловались на побочные эффекты (ухудшение зрения, сухость во рту). Такие жалобы типичны при приеме некоторых психотропных лекарств.



## Пример из жизни #69

В [США](#) с недавнего времени выпускаются таблетки **Obecalp**, содержащие (помимо основы капсулы) только [сахар](#) и предназначенные для «лечения детей от [лени](#)».

## Определение #70

**Гомогенность чужой группы** — заключается в восприятии представителей чужих групп как более похожих друг на друга людей, а представителей своей группы как более уникальных

# Описание эксперимента #70

В одном из первых исследований, в которых был зафиксирован эффект аутгрупповой однородности, исследователи из Принстонского университета попросили студентов из четырех разных «компаний» оценить членов своей собственной группы и членов других групп по таким личностным характеристикам, как *интровертированность-экстравертированность* и *самоуверенность-скромность* (Jones, Wood, & Quattrone, 1981). Результаты показали, что студенты были склонны оценивать членов своей группы более дифференцированно, чем членов других групп, -- причем это было верно для студентов всех групп.

## Пример из жизни #70

Петя работает в пиццерии. Он считает, что все сотрудники в его пиццерии очень уникальные, в то время как ребята в другой пиццерии выглядят на одно лицо.

Европейцам кажется, что все люди восточноазиатской расы на одно лицо в отличие от представителей европейской расы

# Определение #71

**Межрасовый эффект** — заключается в восприятии представителей чужих рас как более похожих друг на друга людей, а представителей своей расы как более уникальных

# Описание эксперимента #71

Было проведено исследование, в котором рассматривалось 271 реальных судебных дел. С помощью фото 231 свидетель должен был распознать представителей той же расы, что и он сам, а также противоположной расы. В случае, когда раса респондента и подозреваемых на фото были различными, правильно были определены только 45% против 60% для идентичных рас.

## Пример из жизни #71

Мария из МГУ уехала по программе академической мобильности в институт физики в Пекин. Первое время она жаловалась на то, что ей было очень тяжело находить свою рабочую группу, потому что все ее представители были похожи на сотрудников из других рабочих групп института.

# Определение #72

**Искажение в пользу своей группы** — тенденция людей отдавать предпочтение тем, кого они считают членом своей собственной группы



## Описание эксперимента #72

Каждый испытуемый должен был решить, какую сумму денег получают два других участника [эксперимента](#), о которых была известна только их принадлежность к одной из групп — «своей» или «чужой». Присуждение той или иной суммы осуществлялось с помощью специально сконструированных матриц, которые позволяли сравнить и количественно оценить различные стратегии: например, стремление испытуемых к справедливому распределению, стремление к максимально возможной сумме для «своего» участника или для обоих участников. Наиболее типичной оказалась стратегия максимизировать различия между суммами, отдаваемыми членам «своей» и «чужой» группы, в пользу первой. Удивителен факт, что именно эта стратегия установления различия между группами оказалась более популярной, чем, например, присуждение максимально возможной суммы для «своих». Испытуемые были готовы платить ценой материальных потерь ради поддержания [позитивной социальной идентичности](#).

## Пример из жизни #72

Егор - продакт-менеджер в fintech стартапе. Он ищет в команду маркетолога. Один кандидат имеет опыт работы 5 лет, другой — два года, но при этом второй кандидат также как и Егор выпускник одного и того же ВУЗа. Егор выберет 2 кандидата, исходя из эффекта этого когнитивного искажения

# Определение #73

**Эффект ореола** — результат воздействия общего впечатления о чём-либо на восприятие его частных особенностей

## Описание эксперимента #73

Исследование Landy & Sigall (1974) продемонстрировало эффект ореола, рассматривая мужские суждения о женском интеллекте и компетентности в академических задачах. Шестьдесят студентов мужского пола оценили качество эссе, которое включало как хорошо, так и плохо написанные работы. Одна треть работы была с фотографией привлекательной девушки-автора, другая треть - с фотографией непривлекательной женщины как автора, а последняя треть работ была без фотографии. В среднем привлекательные девушки получили более высокие результаты за работу.

## Пример из жизни #73

Новый коллега на работе вызвался вам помочь и очень эффективно решил вашу проблему. К тому же был мил и дружелюбен. «Хороший человек, просто замечательный» — решаете вы и больше этим коллегой особо не интересуетесь. А затем узнаете, что он побил свою жену. «Не может быть! Он хороший человек, просто замечательный, это всё пустые сплетни.» — думаете вы. Но когда выясняется, что всё так и есть, и ваш коллега склонен к бытовому насилию, вы думаете что-то вроде: «Эх, такой был хороший человек, жизнь, видимо, довела или жена плохая или, может, у него депрессия». Тот ярлык, который вы на него повесили изначально, не даёт вам открыть глаза на истину: единственное, в чём ваш коллега хорош — это в своей работе, а в остальном он совершенно асоциальный тип, причём был таким и в момент вашего знакомства.

## Определение #74

**Эффект чирлидерши** — не очень привлекательные люди, объединяясь в группы, начинают казаться постороннему человеку невероятно красивыми

## Описание эксперимента #74

В пяти исследованиях, проведенных Уокером и Вулом (2013), участники оценивали привлекательность мужских и женских лиц на групповых и индивидуальных фотографиях с рандомизированным порядком фотографий. Люди получили более высокие оценки за свои групповые фотографии, чем за индивидуальные.

## Пример из жизни #74

Результат BTL акций на порядок выше, когда в промо-акции принимают участие сразу несколько девушек вместо одной как раз за счет этого эффекта.



# Определение #75

**Эффект позитивности** — способность конструктивно анализировать ситуацию, когда желаемые результаты не достигнуты; но все же получить положительную оценку, которая поможет дальнейшему развитию продукта/ситуации.

## Описание эксперимента #74

В течение одной недели в январе 2013 года Facebook проанализировал три миллиона сообщений из новостных лент пользователей. Лингвистическое программное обеспечение использовалось для определения того, был ли пост положительным или отрицательным (или ни того, ни другого), далее был произведен подсчет взаимодействий с положительными и отрицательными постами. Эксперимент показал, что пользователи гораздо чаще взаимодействуют с положительным контентом.

## Пример из жизни #74

Василиса делилась в инстаграм депрессивными постами, из-за чего охват ее постов был низкий. Как только она изменила контент на положительный, количество взаимодействий с ее постами резко увеличился.

## Определение #75

**Эффект чужой разработки (“Тенденция заново изобретать колесо”)** — позиция в социальной, корпоративной или организационной культурах, при которой избегается использование или покупка уже существующих разработок, исследований, стандартов или знаний из-за их внешнего происхождения и затрат

## Описание эксперимента #75

Организации, занимающиеся удаленным поиском, часто сталкиваются с большим количеством предложений, результат, который мы называем скученным. Когда происходит скученность, организации, учитывая ограниченный объем внимания, могут уделять внимание лишь подмножеству предложений.

<https://journals.aom.org/doi/10.5465/amj.2012.0458>

## Пример из жизни #75

Например, когда компания Phillips купила Sonicare (производителя очень популярной зубной щётки), она решила переделать продукт и технологию его изготовления, хотя в этом не было необходимости.

# Определение #76

**Реактивное обесценивание** — когнитивное искажение, которое возникает, когда предложение обесценивается, если кажется, что оно исходит от конкурента (опровержителя идеи)

## Описание эксперимента #76

В США был проведен эксперимент. Респондентам было предложено оценить условия предложения по ядерному разоружению (призыв к немедленному сокращению на 50 процентов стратегических вооружений большой дальности). Когда предложение было приписано лидеру США, 90 процентов респондентов считали его выгодным; но когда то же самое предложение было приписано советскому лидеру, только 44 процента респондентов выразили аналогичную положительную реакцию.



## Пример из жизни #76

Например, когда компания Phillips купила Sonicare (производителя очень популярной зубной щётки), она решила переделать продукт и технологию его изготовления, хотя в этом не было необходимости.

# Определение #77

**Эффект знакомого маршрута** — путешественники будут по-разному оценивать время, необходимое для прохождения маршрутов, в зависимости от их знакомства с маршрутом. Часто используемые маршруты оцениваются как более короткие, чем незнакомые маршруты

# Описание эксперимента #77

Репрезентативной группе было предложено оценить время на прохождение от точки А до точки Б по знакомому и незнакомому маршруту. Выборка из 100 человек показала, что более 6- процентов людей склонны считать знакомый маршрут быстрее и короче, хотя в действительности длина обоих путей примерно одинаковая.

## Пример из жизни #77

На протяжении 3 лет Маша верила, что 1 путь гораздо быстрее и короче от работы до дома до тех пор, пока она не купила навигатор, который показал, что 2 путь (менее знакомый Маше) такой же по длине и времени на его прохождение.

# Определение #78

**Отклонение в сторону нулевой суммы** — тенденция по-разному относиться к деньгам в зависимости от таких факторов, как их предполагаемое использование или источник.

## Описание эксперимента #78

Случай 1: представьте, что вы решили посмотреть фильм сегодня вечером и уже купили билет за 10 долларов. Когда вы входите в кинотеатр, вы обнаруживаете, что потеряли билет. Кассир говорит вам, что они не ведут никаких записей, поэтому вам придется купить новый билет, чтобы посмотреть фильм. Вы все еще заплатите 10 долларов за другой билет? Случай 2: представьте, что вы решили посмотреть фильм сегодня вечером, а билет стоит 10 долларов. Когда вы входите в кинотеатр, вы обнаруживаете, что потеряли 10 долларов на пути. Вы бы все равно заплатили 10 долларов за билет в кино? Этот эксперимент с билетами был проведен в 1984 году. В их работе 200 участников приняли участие в экспериментах. В первом случае 46% ответили «Да», а 54% ответили «Нет». Между тем, во втором случае, 88% ответили «Да», и только 12% выбрали «Нет».

## Пример из жизни #78

В первом сценарии вы обнаружите в кафе, что 2 доллара выпали из вашего кармана, а во втором сценарии вы покупаете кофе за 2 доллара, а затем разливаете его. Вы бы купили еще один кофе? В первом сценарии большинство людей -- будет, потому что они рассматривают упущенные 2 доллара как потерю из своего «общего бюджета», но не из бюджета на кофе. Во втором сценарии большинство людей этого не сделают, потому что они чувствуют, что уже потратили свои ежедневные 2 доллара на кофе. Экономический выбор идентичен, но решения людей изменились из-за умственного учета.

# Определение #79

**Апелляция к вероятности** — обращение к вероятности является логической ошибкой принимать что-то как должное, что возможно могло бы произойти, но еще не произошло



## Описание эксперимента #79

Случай 1: представьте, что вы решили посмотреть фильм сегодня вечером и уже купили билет за 10 долларов. Когда вы входите в кинотеатр, вы обнаруживаете, что потеряли билет. Кассир говорит вам, что они не ведут никаких записей, поэтому вам придется купить новый билет, чтобы посмотреть фильм. Вы все еще заплатите 10 долларов за другой билет? Случай 2: представьте, что вы решили посмотреть фильм сегодня вечером, а билет стоит 10 долларов. Когда вы входите в кинотеатр, вы обнаруживаете, что потеряли 10 долларов на пути. Вы бы все равно заплатили 10 долларов за билет в кино? Этот эксперимент с билетами был проведен в 1984 году. В их работе 200 участников приняли участие в экспериментах. В первом случае 46% ответили «Да», а 54% ответили «Нет». Между тем, во втором случае, 88% ответили «Да», и только 12% выбрали «Нет».

## Пример из жизни #79

Если я не возьму зонт, обязательно пойдет дождь

## Определение #80

**Искажение нормальности** — заключается в убеждении самого себя, что ничего плохого не происходит, и уровень вашей тревоги остается прежним

# Описание эксперимента #80

Джон Лич [John Leach], психолог Университета Ланкастера, занимался изучением замирания в состоянии стресса. Согласно его исследованиям, около 75% людей не способны рационально мыслить во время катастрофы или неминуемой опасности. С другой стороны, почти по 15% людей, находящихся на краях кривой нормального распределения, либо впадают в неконтролируемую панику, либо начинают соображать необычно ясно и четко. Во время критической ситуации искажение нормальности заставляет вас делать вид, что все прекрасно и ничего не меняется и никогда не изменится. Люди, способные преодолеть эту инерцию мысли, начинают действовать, в то время как остальные впервые начинают обдумывать происходящее и в результате погибают из-за своего бездействия.

## Пример из жизни #80

Люди, пережившие 9/11, рассказывают, что помнят, как собирали свои вещи, покидая офис. Они одевали пальто, звонили домой. Они выключали ноутбуки и болтали с окружающими. Они даже не бежали, все чинно ходили по коридорам, никаких криков и паники. Не было ни малейшей нужды кого-либо успокаивать, потому что никто не волновался. Совершая обыденные действия, они подсознательно наделись, что и мир вернется в свое обычное состояние.

# Определение #81

**Закон Мерфи** — всё, что может пойти не так, пойдёт не так

# Описание эксперимента #81

В 1949 году на базе ВВС США Эдвардс в Калифорнии исследовались причины аварий самолётов. Служивший на базе майор Эдвард Мерфи (*Edward Murphy*) был в то время инженером на проекте MX981 ВВС США. Целью проекта было определение максимальной перегрузки, которую способен выдержать человеческий организм. Оценивая работу техников одной из лабораторий, он утверждал, что если можно сделать что-либо неправильно, то эти техники именно так и сделают. По легенде, фраза («Если существуют два способа сделать что-либо, причём один из них ведёт к катастрофе, то кто-нибудь изберёт именно этот способ») впервые была сказана в момент, когда заведённый самолётный двигатель начал вращать пропеллер не в ту сторону. Как потом выяснилось, техники установили детали задом наперёд.

## Пример из жизни #81

Как только вы принимаетесь делать какую-то работу, находится другая, которую надо сделать ещё раньше.



# Определение #82

**Ошибка выжившего** — разновидность систематической ошибки отбора, когда по одной группе объектов данных много, а по другой — практически нет. В результате, исследователи пытаются искать общие черты среди «выживших» и упускают из вида, что не менее важная информация скрывается среди «погибших»

## Описание эксперимента #82

Во Вторую мировую войну венгерскому математику [Абрахаму Вальду](#), работавшему в нью-йоркской лаборатории SRG, поручили найти решение важной задачи. Не все американские бомбардировщики возвращались на базу. А на тех, что возвращались, оставалось множество пробоин от зениток и истребителей, но распределены они были неравномерно: больше всего на фюзеляже и прочих частях, меньше в топливной системе и намного меньше — в двигателе. Значило ли это, что в пробитых местах нужно больше брони? Вальд ответил: нет, исследование как раз показывает, что самолёт, получивший пробоины в данных местах, ещё может вернуться на базу. Самолёт, которому попали в двигатель или бензобак, выходит из строя и не возвращается. Поскольку попадания от вражеского огня на самом деле (в первом приближении) [распределены равномерно](#), укреплять надо те места, которые у вернувшихся в массе наиболее «чистые»

## Пример из жизни #82

До массового развития Интернета и телеграфа информацию о жизни в других странах получали в основном со слов тех, кто не смог прижиться и реэмигрировал на родину, что создавало искаженное представление.

# Определение #83

**Эффект субаддитивности** — тенденция оценивать вероятность целого в качестве меньшей, чем вероятности составляющих его частей

## Описание эксперимента #83

Например, субъекты в одном эксперименте оценили вероятность смерти от рака в Соединенных Штатах 18%, вероятность сердечного приступа - 22%, а вероятность смерти от «других естественных причин» - 33%. Другие участники оценивали вероятность смерти от естественной причины в 58%. Естественные причины состоят именно из рака, сердечного приступа и «других естественных причин», однако сумма последних трех вероятностей составила 73%, а не 58%. Согласно Tversky и Koehler (1994), этот вид результата наблюдается п

## Пример из жизни #83

До массового развития Интернета и телеграфа информацию о жизни в других странах получали в основном со слов тех, кто не смог прижиться и реэмигрировал на родину, что создавало искаженное представление.

# Определение #84

**Эффект ценности денежных знаков** — одно из теоретических когнитивных искажений в отношении денег, при котором люди с большей вероятностью потратят деньги в мелких купюрах, чем такую же их сумму в крупных.

## Описание эксперимента #84

В эксперименте, проведённом авторами работы, студентам университета дали по доллару: в первом случае одной купюрой, в другом — монетами по 25 центов. Затем студентам предложили либо сохранить эти деньги, либо потратить на покупку конфет. Как и было предсказано теорией, студенты, которым дали монеты, с большей вероятностью тратили деньги, чем те, которые получили целый доллар.



## Пример из жизни #84

В отчете Национального общественного радио 2009 года отмечалось, что по мере усугубления экономического спада один бизнесмен из Сакраменто заметил, что в его торговом автомате люди используют больше монет, чем банкнот. Бизнесмен полагал, что потребители испытывают экономические трудности, в то время как использование монет вместо банкнот заставляет их чувствовать себя более экономными

# Определение #85

**Магическое число  $7 \pm 2$**  — закономерность, обнаруженная американским учёным-психологом Джорджем Миллером, согласно которой кратковременная человеческая память, как правило, не может запомнить и повторить более  $7 \pm 2$  элементов

# Описание эксперимента #85

Джордж Миллер во время своей работы в компании Bell Laboratories провел ряд экспериментов, целью которых было изучение параметров памяти операторов. В результате опытов он обнаружил, что кратковременная память человека способна запоминать в среднем девять двоичных цифр, восемь десятичных цифр, семь букв алфавита и пять односложных слов — то есть человек способен одновременно помнить  $7 \pm 2$  элементов.

## Пример из жизни #85

Обычный человек способен одновременно помнить  $7 \pm 2$  элемента. Получается, человек может держать во внимании не более 9 элементов, а часто и не более 5 .

# Определение #86

**Отклонение к внешним стимулам** — люди приписывают «внешние стимулы» (например, денежное вознаграждение), чем «внутренние стимулы» (например, изучение нового навыка) при взвешивании мотивов других, а не себя.

# Описание эксперимента #86

В эксперименте, проведённом в 1998 году, испытуемым было предложено солгать и потом оценить, насколько хорошо они это сделали. Испытуемые переоценивали способность наблюдателей распознать их ложь, им также казалось, что они выдали важную информацию, по которой можно было понять, что это ложь.

## Пример из жизни #86

Иллюзия прозрачности проявляется также во время публичных выступлений. Человеку кажется, что когда он нервничает, то это заметно другим сильнее, чем есть на самом деле, что ведёт к тому, что человек нервничает ещё сильнее.

# Определение #87

**Проклятие знания** — более информированным людям чрезвычайно сложно рассматривать какую-либо проблему с точки зрения менее информированных людей.



## Описание эксперимента #87

В ходе эксперимента одна группа участников «выстукивала» на столе мотив известной песни, а другая группа должна была отгадать эту песню. При этом, по мнению участников из группы «выстукивающих», песню должно было угадать не менее 50 % слушателей, но в действительности лишь 2,5 % слушателей смогли правильно определить песню

## Пример из жизни #87

С подобным явлением сталкиваются и игроки в шарады: исполнителю трудно поверить, что его товарищи по команде не в состоянии угадать секретную фразу, которую он передаёт пантомимой.

# Определение #88

Эффект прожектора — психологический эффект, заключающийся в тенденции к переоценке того, насколько действия человека и его внешний вид заметны для окружающих

## Описание эксперимента #88

Томас Гилович занимался изучением этого эффекта на протяжении многих лет ещё до появления самого термина. Дэвид Кенни ([англ. David Kenny](#)) и Белла ДеПоло ([англ. Bella DePaulo](#)) проводили исследование, в ходе которого хотели выяснить, знают ли люди, какими их видят окружающие. Авторы предполагали, что они будут основываться на собственном самовосприятии. Результаты исследования показали, что мнение индивида о том, что о нём думают окружающие, отличается от того, что о нём на самом деле думают

## Пример из жизни #88

Мария выступала на местном концерте в роли ведущего. Ее никто не знал, но несмотря на это ей казалось, что абсолютно все смотрят на нее.

# Определение #89

**Иллюзия прозрачности** — одно из когнитивных искажений, выражающееся в тенденции людей переоценивать способность других понимать их внутренние идеи и мотивы

## Описание эксперимента #89

Человеку кажется, что когда он нервничает, то это заметно другим сильнее, чем есть на самом деле, что ведёт к тому, что человек нервничает ещё сильнее. В исследовании 2002 года 117 студентов университета Корнелли были разделены на 4 группы: первая группа была публикой, вторым прочитали небольшую лекцию об исследованиях психологами феномена иллюзии прозрачности, третьим прочитали небольшую псевдолекцию о том, что психологи рекомендуют не волноваться, четвёртым не читали лекций. В итоге вторая группа получила в среднем более высокие оценки публики за свои выступления, чем все остальные

## Пример из жизни #89

Джун порекомендовала ресторан Марку; Марк обедает там и обнаруживает, что там (а) посредственные еда и сервис или (б) вкусная еда и безупречный сервис. Затем Марк оставляет сообщение на автоответчик Джун: «Джун, я только что пообедал в ресторане, который ты мне порекомендовала, и я должен сказать, что это было изумительно, просто изумительно». Кейсар рассказал сценарий (а) группе людей, и 59% решило, что сообщение Марка было саркастическим и что Джун распознает сарказм.

Среди тех, кому рассказали сценарий (б), только 3% решили, что Джун должна подумать о сообщении Марка как о саркастическом. Keysar и Barr, по видимому, указывают, что испытуемые слышали голосовое сообщение. Keysar показал, что если испытуемым сказали, что ресторан ужасен, но что Марк хотел скрыть свою реакцию, то они верили, что Джун не распознает сарказм в подобном сообщении.

Они предсказывали, что Джун должна распознать сарказм, когда Марк пытался скрыть негативную реакцию, так же легко, как когда он искренне хвалил ресторан. Так что они восприняли сообщение Марка прозрачным. Как будто они ожидали, что Джун поймет всё, что Марк захочет ей сказать.



# Определение #90

**Иллюзия постороннего участия** — склонность объяснять свои предпочтения влиянием внешних сил, которые «положительны» (эффективны, пронизательны, дружелюбны)

## Описание эксперимента #90

Люди обычно недооценивают свою способность удовлетворяться будущими результатами. Когда люди испытывают такое собственное удовлетворение, они могут ошибочно сделать вывод, что оно было вызвано влиятельным, проницательным и доброжелательным внешним агентом. Эти результаты показывают, что вера во всезнающих, всемогущих и доброжелательных внешних агентов, таких как Бог, может частично проистекать из-за неспособности людей признать, что они создали свое собственное удовлетворение.

## Пример из жизни #90

Чумной бунт в Москве 1770 года был спровоцирован тем, что люди считали, что эпидемия чумы пришла из-за того, что люди мало молились.

# Определение #91

**Иллюзия асимметричной проницательности** — тенденция, когда мы склонны считать, что собеседник не способен понять нашу точку зрения, в то время как мы хорошо понимаем его точку зрения

# Описание эксперимента #91

Предполагается, что люди демонстрируют асимметрию в оценке своих собственных межличностных и внутриличностных знаний относительно знаний своих сверстников. Исследование показало, что члены группы демонстрируют схожую предвзятость - они считают, что их группа знает и понимает соответствующие внешние группы лучше, чем те — их группу.

## Пример из жизни #91

Доноры, которые дают нам деньги, делают это, потому что им нравится то, что мы любим

## Определение #92

**Эффект телескопа** — люди воспринимают события, произошедшие недавно более отдаленными, а события, которые случились давно — более близкими

## Описание эксперимента #92

После того, как дневник заполнен, участников просят датировать события и оценивать, насколько хорошо они помнят эти события. Затем их воспоминания сравниваются с фактическими датами и подробностями событий, чтобы определить, произошло ли телескопирование (эффект телескопа) или нет. Как правило, эксперименты показывают, что люди склонны считать события, прошедшие ранее более близкими, чем те, что случились недавно.



## Пример из жизни #92

Маркетинговые фирмы довольно часто используют опросы, чтобы понять, когда покупатели будут дальше приобретать товар. Эффект телескопа может влиять на оценки и привести к сбоям маркетинговых кампаний. Ответы на маркетинговые опросы в большинстве своём являются неточными в том случае, когда делается отсылка ко времени последней покупки потребителей. Здесь срабатывает «прямой телескоп». «Обратный телескоп» приводит респондентов к завышению намерения купить заменяемый продукт, поскольку они занижают вероятность того, что продукт будет испорчен. Эффект телескопа оказывает большое влияние на исследования рынка, и, поэтому он имеет место быть в маркетинговых стратегиях

## Определение #93

**Приукрашивание прошлого** — люди воспринимают события, произошедшие недавно более отдаленными, а события, которые случились давно — более близкими

## Описание эксперимента #93

Три группы, проводившие различные отпуска, были опрошены до, во время и после отпуска. Как правило, большинство испытуемых оценивали события более позитивно через некоторое время после того, как события произошли, чем они испытывали их в действительности

## Пример из жизни #93

Воспоминания о приключениях намного интереснее самих приключений, во время которых человек мог испытывать дискомфорт, скучать и т.п.

# Определение #94

**Ретроспективное искажение** — склонность воспринимать события, которые уже произошли, или факты, которые уже были установлены, как очевидные и предсказуемые, несмотря на отсутствие достаточной первоначальной информации для их предсказания

# Описание эксперимента #94

В начале 1970-х годов исследование эвристик и предубеждений было популярной областью психологического знания, которую возглавляли Даниэль Канеман и Амос Тверски. Опираясь на разработанные Д. Канеманом и А. Тверски идеи об *эвристике доступности* и *эвристике репрезентативности*, Б. Фишхофф вместе с Рут Бейт организовал первое экспериментальное исследование ошибки хайндсайта. Участники исследования должны были оценить вероятность нескольких возможных исходов предстоящего визита американского президента Ричарда Никсона в Пекин и в Москву. Спустя некоторое время после возвращения Никсона испытуемых попросили воспроизвести вероятности, которые они приписали каждому возможному исходу на первом этапе исследования. Оказалось, что испытуемые сильно переоценивали указанные ими вероятности уже произошедших событий.

## Пример из жизни #94

Неожиданная победа Дональда Трампа на президентских выборах США в 2017 году. Сейчас его победа представляется очевидной и ожидаемой.

# Определение #95

**Искажение оценки по последствиям** — тенденция делать ошибку при оценке качества решения, когда результат этого решения уже известен.



# Описание эксперимента #95

Причина, по которой человек совершает эту ошибку, заключается в том, что он или она будет использовать имеющуюся в настоящее время информацию при оценке прошлого решения. Чтобы избежать влияния предвзятости результатов, следует оценивать решение, игнорируя информацию, собранную после события, согласно эксперименту

## Пример из жизни #95

«Цели оправдывают средства» - часто используемый афоризм для выражения эффекта «Результат», когда результат желателен.

# Определение #96

**Случайная добродетель** — описывает обстоятельства, при которых моральному агенту назначается моральная вина или похвала за действие или его последствия, даже если ясно, что указанный агент не имел полного контроля ни над действием, ни над его последствиями

# Описание эксперимента #96

Моральная удача (случайная добродетель) касается окружения морального агента. Самый известный пример приведен в эссе Нагеля. Рассмотрим нацистских последователей и сторонников гитлеровской Германии. Они заслуживают моральной вины либо за совершение общественно осуждаемых поступков, либо за то, что они их не остановили, не прилагая усилий для противодействия им. Но если бы в 1929 году эти люди были перемещены в какую-то другую страну, вдали от предстоящих военных действий, вполне возможно, что они вели бы себя совсем по-другому, и общество не стало бы возлагать на них такое количество моральной вины. Таким образом, все зависит от обстоятельств, в которых они оказались.

## Пример из жизни #96

Мария отблагодарила священника за то, что он благословил ее на избавление от недуга после того, как она прошла курс лечения в больнице. Она считает, что именно он спас ее от болезни

# Определение #97

**Склонность к пессимизму** — это переоценка вероятностей и вредных последствий негативных будущих событий.

# Описание эксперимента #97

В исследовании, проведенном Мансуром и Жуини, участников попросили представить, что монета подбрасывается 10 раз и что они выиграют деньги, если она окажется орлом. Затем их попросили предсказать, сколько раз монета упадет орлом. Среднее предположение составило 3,9, что значительно ниже ожидаемого количества выпадений этой стороны.

## Пример из жизни #97

Несмотря на то, что Мария выполнила всю исследовательскую работу самостоятельно, она по-прежнему волнуется, что у нее могут найти плагиат



# Определение #98

**Ошибка планирования** — когнитивное искажение, связанное с излишним оптимизмом и недооценкой времени, требуемого для выполнения задачи

## Описание эксперимента #98

В исследовании 1994 года 37 студентам-психологам было предложено оценить, сколько времени потребуется, чтобы закончить их дипломные работы. Средняя оценка составила 33,9 дня. Они также оценили, сколько времени потребуется, «если всё пойдет наилучшим образом» (в среднем 27.4 дней) и «если всё пойдет наихудшим образом» (в среднем 48.6 дней). Средние фактические сроки выполнения работы составили 55,5 дня; только около 30 % учащихся закончили свою работу за то время, которое они предсказывали

## Пример из жизни #98

Сиднейский Оперный театр должен был быть завершен в 1963 году. В конечном итоге был открыт в 1973 году, спустя десятилетие, и в упрощённой версии. Первоначально стоимость оценивалась в \$7 млн, но его несвоевременное завершение увеличило фактическую стоимость до \$102 миллионов

# Определение #99

**Ошибка сэкономленного времени** — заключается в недооценке или переоценке **времени**, которое освободится или добавится при изменении скорости движения.

# Описание эксперимента #99

В одном исследовании участников попросили решить, какой из двух планов улучшения дороги будет более эффективным в сокращении среднего времени в пути. Респонденты предпочли план, который увеличил бы среднюю скорость с 70 до 110 км / ч больше, чем план, который увеличил бы среднюю скорость с 30 до 40 км / ч, хотя последний фактически экономит больше времени (Свенсон, 2008, Эксперимент 1)

## Пример из жизни #99

Люди недооценивают время, которое может быть потеряно при уменьшении низкой скорости (20 до 10 км/ч), и переоценивают время, которое может быть потеряно при уменьшении высокой скорости (со 100 до 90 км/ч).

# Определение #100

**Искажение изобретателя** — вера в то, что инновация будет принята всем обществом без каких-либо изменений изобретения

# Описание эксперимента #100

Ощущение ядерного оптимизма возникло в 1950-х годах, когда считалось, что все генераторы энергии в будущем будут атомными по своей природе. Атомная бомба делает все обычные взрывчатые вещества устаревшими, а атомные электростанции произведут трансформацию источников энергии, таких как уголь и нефть. Все думали, что все будут использовать какой-то ядерный источник энергии в позитивном и продуктивном ключе - от облучения пищи до ее сохранения и развития ядерной медицины. В действительности же изобретение же коснулось только развитых стран мира.



## Пример из жизни #100

Роджер Смит, председатель General Motors, сказал в 1986 году: «На рубеже веков мы будем жить в безбумажном обществе». Другими словами, все будет перенесено на цифровые источники. В реальности же оказалось, что оба варианта записи информации будут существовать из-за неравномерного развития общества.

# Определение #101

**Искажение в связи с проекцией** — тенденция бессознательно полагать, что другие люди разделяют те же, что и субъект, мысли, верования, ценности и позиции.

# Описание эксперимента #101

?

# Пример из жизни #101

?

# Определение #102

**Искажение сдержанности** — тенденция людей переоценивать свою способность контролировать импульсивное поведение

# Описание эксперимента #102

Лоран Нордгрэн и др. (2009) дали одной группе студентов легкую задачу на память, а другой тяжелую. Те, кто выполнил простую задачу, впоследствии оценили свою способность преодолевать умственную усталость более эффективно (быстро); серьезное влияние этого эффекта заключалось в том, что они также думали, что могут приступить к выполнению курсовой работы за гораздо короткий интервал до дедлайна, нежели чем вторая группа.

## Пример из жизни #102

Егор принял решение, что он больше не будет играть в World of Tanks, начиная с завтрашнего дня. Однако в следующий же день он, сам того не замечая, снова начал играть.

# Определение #103

**Искажение самосогласованности** — общепринятая идея, что мы более последовательны в наших взглядах, мнениях и убеждениях, чем на самом деле, то есть неспособны увидеть изменения в мыслях / мнениях, потому что мы уверены, что всегда думали одинаково



# Описание эксперимента #103

В исследовании Линды Дж. Левин, Мартина Сафера и других, проведенном в 2002 году, студентов бакалавриата попросили оценить свою тревогу и эмоции за определенное время до экзамена, а также через неделю после него. Те, кто обнаружил, что у них все хорошо, обычно недооценивали предтестовую тревогу, в то время как те, кто обнаруживал, что у них все плохо, обычно переоценивали предтестовую тревогу.

## Пример из жизни #103

Студент получает хорошую оценку на экзамене и говорит себе, что он усердно учился. Он получает плохую оценку на другом тесте и говорит, что учитель плохо к нему относится, или тест был несправедливым.

# Определение #104

**Самоуверенность**— необоснованная уверенность в отсутствии у себя минусов и отрицательных свойств характера.

# Описание эксперимента #104

Эксперимент был проведен на группе студентов из 80 человек, каждому из них было предложено выполнить тестовое задание за определенное время. Первой группе руководитель исследования внушал то, что они идеально подходят для решения этой задачи, в то время как для второй группы организатор убеждал каждого участника в неспособности выполнить задачу качественно. По результатам исследования первая группа выполнила работу на порядок качественнее, чем вторая группа. При этом, было зафиксировано, что уровень самоуверенности в первом случае был выше, чем во втором. Таким образом, было продемонстрировано, как самоуверенность влияет на результат работы.

## Пример из жизни #104

Егор попал на работу в крупный банк, невзирая на то, что его CV было придумано. За счет своей самоуверенности он смог обойти претендентов, у которых были гораздо крутые кейсы в портфолио.

# Определение #105

**Эффект сверхуверенности** — когнитивное искажение, при котором уверенность человека в своих действиях и решениях значительно выше, чем объективная точность этих суждений.

# Описание эксперимента #105

При анализе живого речевого поведения учитываются невербальные свойства речи, которые, как правило, связаны с её вербальным смыслом, но вместе с тем обладают свойством функциональной независимости от вербальной. Исследования показали, что в речи человека хорошо различаются (как вербально, так и невербально) такие важные психологические черты личности, как чувство собственного достоинства и чувство превосходства. В речевом поведении каждой личности можно выделить некоторые константные признаки, которые обнаруживают себя в большинстве ситуаций общения и являются показателями личностных речевых стратегий, которые отражают эмоциональный настрой и особенности мировосприятия говорящего. Выбор конкретным говорящим специфических коммуникативных единиц, относящихся к оценкам-регулятивам, обнаруживает зависимость не только от сиюминутных речевых тактик, но и от личностных стратегий генерального характера

# Пример из жизни #105

Говорим «уверен на 99%», ошибаемся в 40% случаев



# Определение #106

**Эффект социальной желательности** — термин в социологических исследованиях, описывающий тип предвзятости в ответах респондентов, заключающийся в стремлении опрашиваемых давать такие ответы, которые, с их точки зрения, выглядят предпочтительнее в глазах окружающих.

# Описание эксперимента #106

Способ сохранить конфиденциальность ответов респондентов на деликатные темы — это метод случайных ответов (Randomized Response). Прежде, чем задать деликатный вопрос, интервьюер предлагает респонденту подбросить монетку и, если выпадет орел — сказать «да», иначе сказать правду. Этот метод позволяет исследователю оценить действительную распространенность наблюдаемого поведения без необходимости знать индивидуальную правдивость ответов респондентов.

## Пример из жизни #106

Предвзятость также может влиять на сообщения о количестве сексуальных партнеров. Девиация может действовать в противоположных направлениях для разных полов: в то время как мужчины, как правило, завышают цифры, женщины занижают. В любом случае средние показатели из обеих групп могут быть искажены из-за предвзятости социальной желательности.

# Определение #107

**Эффект третьего лица** — психологический эффект который состоит в том, что индивид считает, что реклама и другие методы убеждения могут влиять на большинство людей, но при этом человек полагает, что он сам менее подвержен такому влиянию

# Описание эксперимента #107

Дуглас Маклауд и Ивланд Натансон в 1997 году провели эксперимент, анализируя как участники оценивают влияние жестоких и женоненавистнических рэп-текстов на себя и на других. Все тексты были взяты из реально существующих песен. Участников попросили оценить, как повлияют тексты на их собственное поведение и отношение к ним, на студентов, на молодежь из Нью-Йорка или Лос-Анджелеса и на обыкновенного человека. В результате большинство опрошенных заявляли, что все остальные более подвержены влиянию, чем они сами.

## Пример из жизни #107

Яркий пример эффекта — нападение японских войск на остров, занятый американцами, в 1949 году. Японцы хотели захватить один из островов в Тихом океане по стратегическим соображениям. Со стороны США территорию охраняли преимущественно чернокожие солдаты. Белыми были только офицеры. Нападать в лоб — самоубийство. И тогда японцы пошли на хитрость. Они сбросили тысячи листовок, которые призывали чернокожее население покинуть остров. Мол, война не ваша, поэтому незачем жертвовать собой. Любопытно, что через несколько дней американские военные действительно уехали. Правда, сначала офицерский состав, а затем и простые солдаты. Вояки посчитали, что афроамериканцы поднимут бунт. Однако чернокожие солдаты не обратили на листовки никакого внимания. Отступление предрешило судьбу острова. Японские войска заняли его без единого выстрела.

# Определение #108

**Эффект ложного консенсуса** — это склонность проецировать свой способ мышления на других людей. Иными словами, люди склонны полагать, что все остальные думают точно так же, как они сами.

# Описание эксперимента #108

Ботвин и соавт. (1992) провели популярное исследование о влиянии эффекта ложного согласия среди определенного подросткового сообщества, пытаясь определить, демонстрируют ли учащиеся более высокий уровень эффекта ложного согласия среди своих прямых сверстников по сравнению с обществом в целом. Участниками этого эксперимента стали 203 студента в возрасте от 18 до 25 лет (средний возраст 18,5 лет). Участникам дали вопросник и попросили ответить на вопросы, касающиеся различных социальных тем. По каждой социальной теме их попросили ответить, как они относятся к этой теме, и оценить процент их сверстников, которые с ними согласятся. Результаты определили, что эффект ложного согласия был чрезвычайно распространен, когда участники описывали остальную часть своего вузовского сообщества; из двадцати рассмотренных тем шестнадцать из них явно продемонстрировали эффект ложного консенсуса. Высокий уровень эффекта ложного согласия, наблюдаемый в этом исследовании, можно отнести к исследуемой группе; поскольку участников попросили сравнить себя с группой сверстников, с которыми они постоянно находятся вместе (и считают их очень похожими на себя), уровни эффекта ложного согласия увеличились



## Пример из жизни #108

К примеру, «феномен множественного невежества» может заставить студента пить алкоголь в неразумных количествах, потому что он считает, что все это делают, хотя на самом деле остальные тоже хотели бы избежать пьянок, но никто не высказывает такие мысли из-за страха быть отверженным.

# Определение #109

**Эффект “тяжело-трудно”** — это когнитивный уклон, который проявляется в тенденции переоценивать вероятность своего успеха в решении задачи, которая воспринимается как трудная, и недооценивать вероятность успеха в решении задачи, воспринимаемой как легкая

# Описание эксперимента #109

В исследовании, о котором сообщалось в 1997 году, Уильям М. Гольдштейн и Робин М. Хогарт дали экспериментальной группе вопросник, содержащий вопросы общего характера, такие как «Кто родился первым, Аристотель или Будда?» или «Была ли молния изобретена до или после 1920 года?». Испытуемые заполняли ответы, которые они считали правильными, и оценивали, насколько они уверены в них. Результаты показали, что испытуемые, как правило, недостаточно уверены в своих ответах на вопросы, обозначенные экспериментаторами как простые, и не уверены в своих ответах на вопросы, обозначенные как сложные.

## Пример из жизни #109

Егор - фрилансер, он подсчитал, что ему бы потребовалось 10 часов, чтобы придумать логотип для одностраничного е-commerce сайта, в то время как заказ на отрисовку прототипа мобильного приложения он бы смог сделать за 4 часа.

# Определение #110

**Иллюзорное превосходство** — вид когнитивного искажения, проявляющегося в склонности преувеличивать свои достоинства и преуменьшать недостатки в сравнении с другими людьми.

# Описание эксперимента #110

Иллюзорное превосходство было выявлено в исследовании Шмидта, Берга и Дильмана (англ. *W. Schmidt; Ina J. Berg; Betto G. Deelman*), в котором была изучена субъективная оценка собственной памяти и памяти других. В исследовании приняла участие группа людей, возраст которых составлял от 46 до 89 лет, им необходимо было сравнить свою память с памятью людей той же возрастной группы, 25-летними и со своей собственной памятью, когда они были в возрасте 25 лет. Как оказалось, старшие в среднем считают, что их память лучше, чем у сверстников и более молодых. Тем не менее проверка показала, что зависимость памяти подопытных от их возраста незначительна

# Пример из жизни #110

В 2000 году 87 % студентов MBA в Стэнфордском университете оценили свою успеваемость на уровне выше среднего

# Определение #111

**Эффект Дáннинга — Крю́гера** — метакогнитивное искажение, которое заключается в том, что люди, имеющие низкий уровень квалификации, делают ошибочные выводы, принимают неудачные решения и при этом неспособны осознавать свои ошибки в силу низкого уровня своей квалификации



# Описание эксперимента #111

Для проверки выдвинутой гипотезы Крюгер и Даннинг провели серию экспериментов с участием студентов — слушателей курсов по психологии в Корнеллском университете. При этом они исходили из результатов исследований своих предшественников, которые показали, что некомпетентность во многом проистекает из незнания основ той или иной деятельности, будь то понимание прочитанного, управление автомобилем, игра в шахматы, игра в теннис и т. п.

Ими была выдвинута гипотеза, что для людей с низкой квалификацией в любом виде деятельности характерно следующее:

1. Они склонны переоценивать собственные умения.
2. Они неспособны адекватно оценивать действительно высокий уровень умений у других.
3. Они неспособны осознавать всю глубину своей некомпетентности.
4. После обучения у них появляется способность осознать уровень своей прежней некомпетентности, даже если их истинная компетентность после обучения практически не меняется.

# Пример из жизни #111

Чарлза Дарвина — «Уверенность чаще порождается невежеством, нежели знанием»

# Определение #112

**Эгоцентрическое искажение** — это тенденция слишком сильно полагаться на своё собственное восприятие и/или иметь более высокое мнение о себе, чем есть на самом деле.

# Описание эксперимента #112

В исследовании, проведённом в Японии в 1993 году, испытуемым было предложено записывать честные или нечестные поступки, которые совершали они или другие. Когда они писали о честных поступках, обычно начинали со слова «я», а не «другие». Аналогично, они начинали нечестные поступки со слова «другие», а не «я». Это демонстрирует, что люди склонны приписывать себе успехи и положительное поведение, перекладывая при этом бремя неудач и отрицательного поведения на других. Помимо этого, в исследовании были выявлены гендерные различия: японские женщины, по сравнению с мужчинами, помнили о поведении других больше, чем о собственном, а также более правдоподобно характеризовали честное или нечестное поведение других, чем своё собственное

## Пример из жизни #112

Выбор друзей или круга общения, скорее всего, будет зависеть от количества полученных положительных отзывов

# Определение #113

**Уклон оптимизма** - это когнитивный уклон, который заставляет кого-то полагать, что он сам испытает негативное событие с меньшей вероятностью.

# Описание эксперимента #113

Существуют четыре фактора, которые заставляют человека быть оптимистично настроенными: его желаемое конечное состояние, когнитивные механизмы, информация, которой он располагает о себе по сравнению с другими, и общее настроение. Ознакомиться с 4 экспериментами можно по ссылке:

<https://web.archive.org/web/20111125061440/http://www.psych.ufl.edu/~shepperd/articles/PsychBelgica2002.pdf>

## Пример из жизни #113

Курильщики наивно полагают, что они меньше подвержены раку легких, чем другие



# Определение #114

**Эффект Форера** - общее наблюдение, согласно которому люди крайне высоко оценивают точность таких описаний их **личности**, которые, как они предполагают, созданы индивидуально для них, но которые на самом деле неопределённые и достаточно обобщены, чтобы их можно было с таким же успехом применить и ко многим другим людям.

# Описание эксперимента #114

Данный эффект также называют *эффектом Форера*, по имени психолога Бертрама Форера (англ. *Bertram R. Forer*), который в 1948 году провёл психологический эксперимент, в котором показал действие этого эффекта. Он дал своим студентам специальный тест, чтобы по его результатам провести анализ их личностей. Однако вместо настоящей индивидуальной характеристики он давал всем один и тот же расплывчатый текст, взятый из гороскопа. Затем он попросил каждого студента по пятибалльной шкале оценить соответствие описания их личности действительности, — средней оценкой было 4,26. На оценку точности описания студентов повлиял в том числе и авторитет преподавателя. Впоследствии эксперимент был повторён сотни раз независимыми исследователями.

## Пример из жизни #114

Каждый раз, когда Мария читает гороскоп на неделю, она убеждается, как точно он отражает те события, которые должны произойти с ней.

# Определение #115

**Предвзятость** - это любой процесс познания или восприятия, который искажается из-за необходимости поддерживать и повышать самооценку или из-за склонности воспринимать себя чрезмерно благоприятным образом.

# Описание эксперимента #115

Миллер и Росс провели исследование в 1975 году, которое было одним из первых, чтобы оценить не только предвзятость, но и приписывание успехов и неудач в рамках этой теории. Они утверждали, что корыстный уклон, который создают люди, является рациональным и не зависит от потребности в самооценке. Если результат события соответствует ожиданиям человека, то он будет указывать внутренние факторы. С другой стороны, если результат события не соответствует ожиданиям человека, он будет обвинять свое окружение, а не себя

## Пример из жизни #115

Студент, который приписывает получение хорошей оценки на экзамене своему уму и подготовке, но приписывает получение плохой оценки плохой подготовке учителя или несправедливым тестовым вопросам.

# Определение #116

**Фундаментальная ошибка атрибуции** — понятие в психологии, обозначающее характерную ошибку атрибуции — склонность человека объяснять поступки и поведение других людей их личностными особенностями, а собственное поведение — внешними обстоятельствами.

# Описание эксперимента #116

Человек склонен объяснять свои успехи диспозиционно, а неудачи — ситуационно; для чужих успехов и неудач всё прямо наоборот. Например, чужое опоздание часто объясняют непунктуальностью или несобранностью опоздавшего, а собственное опоздание — пробками или тем, что «вчера спать лёг поздно». Причиной блестящей сдачи экзаменов сокурсником указывают «он всю ночь не спал, хорошо подготовился» или «ему повезло с экзаменационным билетом», а причиной собственного успеха считают высокие умственные способности или хорошее знание предмета.



## Пример из жизни #116

В ходе эксперимента Стэнли Милгрэма испытуемые должны были наносить ощутимые удары электротоком невинному человеку. Почти две трети испытуемых выполняли инструкции исследователей, несмотря на крики (притворные) человека, якобы подвергавшегося действию электротока.

# Определение #117

**Иллюзия контроля** — одно из когнитивных искажений, выражающееся в тенденции людей верить в то, что они каким-либо образом могут влиять на события, которые объективно от них не зависят или зависят в гораздо меньшей степени.

# Описание эксперимента #117

Термин был введен в 1975 году американским психологом Эллен Лангер (англ.)русск., которая изучала, насколько люди уверены в результате исхода событий в зависимости от собственных действий. В одном из таких экспериментов продавались лотерейные билеты. Одним испытуемым было предложено выбрать лотерейный билет самостоятельно, другим выдавали лотерейные билеты без возможности выбора. За 2 дня до розыгрыша экспериментаторы предлагали обменять испытуемым свой билет на другой билет в другой лотерее с большими шансами на выигрыш. Хотя шансы на выигрыш были выше при обмене, испытуемые из группы, где была возможность выбора билета, достоверно чаще отказывались от обмена, как если бы их выбор билета влиял на вероятность выигрыша

## Пример из жизни #117

Люди предпочитают сами бросать кости в казино, поскольку им кажется, что так они больше влияют на результат

# Определение #118

**Иллюзорное превосходство** — вид когнитивного искажения, проявляющегося в склонности преувеличивать свои достоинства и преуменьшать недостатки в сравнении с другими людьми.

# Описание эксперимента #118

В исследованиях Даунинга также было выявлено, что способность оценить уровень IQ другого человека пропорциональна уровню собственного IQ, то есть чем ниже IQ индивида, тем сильнее он занижает чужой IQ и чаще оценивает себя как персону с интеллектуальным уровнем выше, чем у окружающих, а люди, обладающие высоким IQ, точно оценивают чужой интеллект, но считают свой IQ уступающим при сравнении с теми, кто в действительности равен им.

## Пример из жизни #118

В опросе сотрудников факультета в университете штата [Небраска](#), проведенном в 1977 году, 68 % респондентов отнесли себя к четверти наиболее способных преподавателей, и более 90 % оценили свои преподавательские способности как «выше среднего»

# Определение #119

**Гипотеза защитной атрибуции** - наблюдатель объясняет причины неудачи внешнего события, чтобы минимизировать страх быть жертвой или причиной в аналогичной ситуации



# Описание эксперимента #119

Исследователи, изучающие сексуальное насилие, замечают, что участники мужского пола обвиняют насильников меньше, чем их жертв. Зеркальное явление наблюдается по отношению женщин-респондентов. Эти результаты подтверждают гипотезу Шейвера о том, что участники мужского пола, которые лично похожи на (мужчин) насильников, винят насильников меньше, чем участников женского пола, которые не похожи на насильников. С другой стороны, участники женского пола, которые лично похожи на (женщин) жертв изнасилования, обвиняют жертв меньше, чем участников мужского пола.

## Пример из жизни #119

Если мужчина плохо относится к своей подруге, то, вероятно, он будет склонен полагать, что подруга спровоцировала плохое обращение.

# Определение #120

**Предвзятость приписывания черт** - это склонность людей воспринимать себя как относительно изменчивых с точки зрения личности, поведения и настроения, в то же время рассматривая других как гораздо более предсказуемые в своих личных чертах в различных ситуациях.

# Описание эксперимента #120

В ходе эксперимента шестьдесят три магистранта заполнили серию анкет, в которых их просили описать себя, своего лучшего друга и знакомого. Для каждой из двадцати пар терминов полярной противоположности (например, «дружелюбный - недружелюбный») субъекты ранжировали человека по шкале или выбирали пункт «зависит от ситуации», позволяя себе «не делать диспозиционное приписывание». На основе сторонних описаний личности респондентов определенные отрицательные черты личности были соотнесены с теми, кто имел тенденцию приписывать диспозиции другим, в то время как такие признаки, как «очаровательный», «интересный» и «отзывчивый» были связаны с теми, кто предпочитал не приписывать черты. Этот результат согласуется с типом личности, который обычно ассоциируется со стереотипом и предрассудками.

## Пример из жизни #120

Например, в контексте признака доминирования человека сначала спросили: «Как ты доминируешь?» а затем: «Насколько сильно ты меняешься в плане доминирования от ситуации к ситуации?»

# Определение #121

**Оправдание усилий** - это стремление человека приписать ценность конечному результату, который он должен был приложить к достижению, больше, чем объективная ценность результата.

# Описание эксперимента #121

Группу молодых женщин, которые вызвались присоединиться к дискуссионной группе по теме психологии секса, попросили пройти небольшой тест на чтение, чтобы убедиться, что они не слишком смущены, чтобы говорить о других темах, связанных с сексом. Субъектам было предложено прочитать вслух список связанных с сексом слов, таких как проститутка или девственница и др.. Субъектов с тяжелой формой смущения попросили прочитать вслух список очень сексуальных слов (например, f\*ck, член) и прочитать два ярких описания сексуальной активности, взятых из современных романов. Все испытуемые затем прослушали запись дискуссии о сексуальном поведении животных, которая была скучной и непривлекательной. Когда респондентов попросили дать оценку группе и ее членам, контрольные группы и группы с легким смущением не различались, но оценки группы с тяжелым смущением были значительно выше. Эта группа, чей процесс инициации был более трудным (усилие приравнивания смущения), должна была повысить свою субъективную ценность дискуссионной группы для разрешения диссонанса.

# Пример из жизни #121

Люди охотно верят в то, что к группе стоит принадлежать, если им нужно приложить усилия, чтобы войти



# Определение #122

**Эффект Пельцмана** — когнитивное искажение, при котором слишком большое количество защитных устройств и правил техники безопасности повышает риск несчастных случаев из-за ложного чувства неуязвимости.

# Описание эксперимента #122

В 2006-м году в Англии было проведено исследование, которое показало, что автомобилисты чаще сталкиваются с водителями мотоциклов, которые едут в шлеме. Это связано с ложной уверенностью, что шлем способен защитить мотоциклиста, а, соответственно, к нему можно отнестись с большим «пренебрежением», чем к тем, у кого шлем отсутствует

## Пример из жизни #122

Например, люди, которые используют самого безопасного интернет провайдера считают, что они больше не нуждаются в антивирусе или [брандмауэре](#).

# Определение #123

**Переоценка скидок** — чаще всего люди предпочитают получить быструю выгоду сейчас, чем в перспективе. Данное заблуждение подкрепляется другим – рационализацией после покупки.

# Описание эксперимента #123

В 1998 году американские ученые провели исследование «Предсказание голода: эффекты аппетита и воздержания на выбор пищи». Участникам исследования предлагали выбор между здоровой (фрукты) и нездоровой (шоколад) едой, которую они получают на следующей неделе. Изначально 74% участников выбрало фрукты. Но когда наступил день выдачи пищи и участникам эксперимента была предложена возможность поменять свой выбор, 70% выбрали шоколад.

## Пример из жизни #123

Мы согласны на немедленное удовольствие, даже если в будущем оно предвещает сильнейшую боль.

# Определение #124

**Апелляция к новизне** — предположение, что идея или предложение истинны, *только* на основе того, что они новые и современные.

# Описание эксперимента #124

Обращение к новизне также называется *argumentum novitatis* или *argumentum ad antiquitatis*. Эта логическая ошибка может показаться очень убедительной, особенно в западных и STEM-ориентированных областях и культурах. Это происходит потому, что мы предполагаем, что люди будут пытаться улучшить то, что было до них. Таким образом, когда мы слышим о чем-то «революционном» или «ультрасовременном», может возникнуть соблазн думать, что этот новый продукт лучше.



# Пример из жизни #124

Если хотите сбросить вес, лучше всего следовать самым новым диетам

# Определение #125

**Эффект опознаваемой жертвы** — разновидность когнитивного искажения, суть которого в том, что среди людей существует тенденция оказывать более щедрую помощь отдельному индивиду, чьи затруднительные жизненные обстоятельства можно наблюдать напрямую, нежели неопределённой группе лиц с аналогичными проблемами.

# Описание эксперимента #125

Общественное восприятие риска зависит от размера референтной группы, к которой этот риск относится, а также от абсолютного размера риска. Соответственно, чем больше процент от референтной группы находится в группе риска, тем больше публичного внимания получит ситуация. Например, в контексте общего количества потенциальных жертв авиакатастроф, 120 человек из миллионов — это статистика, не вызывающая большого интереса у широкой публики. Однако если внимание сосредоточено на отдельном самолёте, в котором 120 пассажиров, то эти 120 человек превращаются в собственную референтную группу, в результате чего пропорция потенциальных жертв от общего числа людей в референтной группе возрастает до максимума, превращая эту группу в опознаваемую жертву

## Пример из жизни #125

Хорошим примером служит инцидент в Колорадо с воздушным шаром. Когда широкая общественность услышала эту историю из СМИ, то осознание реальной угрозы смерти для шестилетнего мальчика вызвала очень широкий общественный резонанс, и побудила людей к активным мерам по разрешению ситуации.

# Определение #126

**Невозвратные затраты** — это издержки, которые не имеют альтернативного использования: расходы, понесённые в результате решений, принятых в прошлом, и которые не могут быть изменены последующим решением в будущем.

# Описание эксперимента #126

Согласно исследованию Хэла Аркеса большинство потребителей в ситуациях понесенных невозвратных затрат, проводя выбор между интересным, но дешевым и неинтересным, но дорогим, предпочитают последнее. Величина понесенных в прошлом затрат мотивирует их в большей степени, чем величина удовольствия. Таким образом, большинство людей не игнорируют невозвратные затраты при принятии решений

## Пример из жизни #126

Например, построенную кирпичную канализацию нельзя обратно разобрать на кирпичи и распродать.

# Определение #127

**Иррациональное усиление** — психологический поведенческий шаблон, при котором индивидуум или группа лиц, наталкиваясь на негативные последствия принятия какого-либо решения или действия, всё равно продолжает его делать.



# Описание эксперимента #127

Термин, часто используемый в психологии, философии, экономике и теории игр для обозначения ситуации, в которой люди могут принимать иррациональные решения на основе рациональных решений в прошлом или для оправдания уже предпринятых действий. Часто встречаются примеры, когда стороны участвуют в торгах; В итоге участники торгов могут заплатить гораздо больше, чем стоит объект, чтобы оправдать первоначальные расходы, связанные с проведением торгов (например, исследования), а также как часть конкурентного инстинкта.

## Пример из жизни #127

Вы показываете участникам банкноту в \$20 и выставляете ее на аукцион, определив начальную цену — \$1. Тот участник игры, чье предложение будет самым высоким, получает банкноту в \$20 за заявленную им цену, какой бы она ни была. Таким образом, если кто-то предлагает \$5, а никто не предлагает больше, то этот человек получает \$20 за \$5 (и его чистая прибыль составляет \$15).

# Определение #128

**Эффект генерации** — мнемический эффект, характеризующийся более высоким уровнем запоминания информации, достроенной самим человеком в сравнении с аналогичной информацией, предъявляемой в целом виде для чтения, визуального просмотра или прослушивания.

# Описание эксперимента #128

Одно исследование, проведенное Пейном, Нили и Бернсом, проверило эту гипотезу. Их исследовательский вопрос был: эффект генерации будет происходить только для слов или нет? Чтобы проверить это, они изучили 168 студентов бакалавриата Пердью. Исследователи разделили участников на две группы. В первой группе были пары слов и простых междометий, которые рифмовались, им было сказано прочитать все вслух. Во второй группе были слова и междометия, а первая буква следующего слова должна была начинаться с последней буквы предыдущего слова. Результаты были, как и ожидалось. Участники генерировали только слова, а междометия не удавалось создавать в соответствии с гипотезой лексической активации.

## Пример из жизни #128

— Гомеопатия работает. Мой личный опыт показывает, что каждый раз, когда я пью гомеопатические лекарства, простуда проходит быстрее.

*Неудачный ответ:*

— Полагаться на личный опыт ненадежно. Исследования показывают, что гомеопатия не работает.

*Удачный ответ:*

— Часто ли люди ошибаются, полагаясь на личный опыт? Что дает тебе уверенность в том, что в данном случае ты не ошибаешься? Как можно было бы это проверить более надежно?

# Определение #129

**Неприятие потери** — отрицательная полезность, связываемая с потерей объекта, оказывается больше, чем полезность, связанная с приобретением его. Люди больше огорчаются от потери какой-то вещи, чем они радовались бы её находке.

# Описание эксперимента #129

Результаты многих экспериментов, проведенных Ричардом Талером и другими учеными, свидетельствуют о том, что человеку необходимо в два раза больше позитивных эмоций, чтобы преодолеть негативные. При вероятности 50/50 и при абсолютно равных возможностях большинство людей не станет ничем рисковать до тех пор, пока потенциальный выигрыш не превысит в два раза потенциальные потери.

## Пример из жизни #129

Если инвестор не продает акции с падающим курсом, ему не приходится сталкиваться лицом к лицу со своими неудачами. Однако, не избавившись от таких акций, инвестор отказывается от потенциальной прибыли, которую он мог бы получить, разумно реинвестировав высвобожденный капитал.



# Определение #130

**Эффект IKEA** — это когнитивное искажение, которое появляется, когда покупатели непропорционально высоко оценивают значимость товаров, которые они создают отчасти сами.

# Описание эксперимента #130

Объектам исследования давали задачу «завершить самостоятельно сборку мебели IKEA». Затем исследователи оценивали предметы, которые испытуемые самостоятельно собрали, и ранее собранную мебель IKEA. Данный эксперимент изучал следующий вопрос: «будут ли испытуемые платить больше за мебель, которую они собрали сами, в сравнении с предварительно собранной мебелью?». Результаты показали, что они готовы платить больше за ту, которую они собрали сами.

## Пример из жизни #130

У Сергея есть курс Конструктор скриптов продаж, который позволяет создать скрипт продаж самостоятельно за небольшие деньги, не переплачивая консультантам и маркетинговым агентствам. Клиент покупает этот курс и, изучая урок за уроком, создает свой вариант скрипта. Созданный самостоятельно скрипт клиент ценит больше заказанного в агентстве, меняется отношение к этому скрипту, повышается конверсия и вовлеченность руководителя или менеджера в процесс. Отзывы клиентов это подтверждают.

# Определение #131

**Отклонение в сторону целого** — склонность отдельных людей выполнять задачу полностью. Люди хотят закончить любую работу, какую бы они ни имели. Независимо от размера, это воспринимается людьми как внутреннее удовлетворение.

# Описание эксперимента #131

Исследование, проведенное Гейером, Розинем и Доросом, показало, что участники будут есть больше конфет, когда им подают большую ложку, чем когда им подают маленькую ложку, хотя в обоих случаях у них не было ограничений на количество ложек, которые они могли иметь. Люди склонны рассматривать вещи как единое целое и не принимают во внимание размер единицы. Сода на 12 унций рассматривается как одна единица, в то время как сода на 24 унции рассматривается как одна единица, даже если она в два раза больше, чем сода на 12 унций.

## Пример из жизни #131

Если тебе дали тарелку с едой, ты чувствуешь себя обязанным закончить ее. Такое восприятие завершения удовлетворяет тебя, когда ты заканчиваешь задачу.

# Определение #132

**Предпочтение нулевого риска** — склонность выбрать стратегию, при которой один из нескольких рисков исчезает полностью, вместо стратегии, которая частично снижает несколько рисков, даже если в этом случае общий риск окажется ниже.

# Описание эксперимента #132

В одном из исследований участникам были предложены три варианта очистки токсичных свалок А и Б, первая из которых вызывала 8 случаев заболеваний раком ежегодно, а вторая — 4. В двух вариантах количество случаев заболеваний снижалось на 6 в год, а в третьем — всего на 5 в год, зато свалка Б становилась полностью безопасной. 18 % участников предпочли третий вариант, хотя он в целом менее эффективен, чем два других. В другой версии того же опроса все три варианта давали равное общее снижение рисков — в этом случае 42 % участников исследования предпочли вариант с нулевым риском на свалке Б. Поскольку полное уничтожение риска как правило много дороже частичного (например, требуется обнаруживать всё более мелкие вредные частицы или предотвращать всё более сложные способы терактов), склонность предпочитать именно нулевой риск ведёт к неэффективному распределению средств и ресурсов



## Пример из жизни #132

Австралия пострадала от панических покупок туалетной бумаги, несмотря на обилие внутренних поставок. Эксперт по рискам в стране объяснил это так: «Запасы туалетной бумаги - это относительно дешевое действие, и людям нравится думать, что они «что-то делают», когда чувствуют риск».

# Определение #133

**Эффект диспозиции** - это аномалия, обнаруженная в поведенческих финансах, связанная с тенденцией инвесторов продавать активы, стоимость которых увеличилась, при этом сохраняя активы, стоимость которых упала.

# Описание эксперимента #133

В исследовании Канемана и Тверского участникам были представлены две ситуации. В первом они имели 1000 долларов и должны были выбрать один из двух вариантов. При Варианте А у них будет 50% шанс получить 1000 долларов, а 50% - 0 долларов; При Варианте В у них будет 100% шанс получить 500 долларов. Во второй ситуации у них было 2000 долларов, и они должны были выбрать либо вариант А (50% шанс потерять 1000 долларов и 50% потерять 0 долларов), либо вариант Б (100% шанс потерять 500 долларов). Подавляющее большинство участников выбрали «В» в первом сценарии и «А» во втором. Это говорит о том, что «люди готовы согласиться на разумный уровень прибыли (даже если у них есть разумный шанс заработать больше), но готовы участвовать в рискованном поведении, когда они могут ограничить свои потери. Другими словами, потери взвешены больше, чем эквивалентное количество выгод ». Это явление называется «асимметричной ценностной функцией», что вкратце означает, что «потеря создает большее чувство боли по сравнению с радостью, создаваемой эквивалентным выигрышем».

## Пример из жизни #133

Как и на фондовом рынке, на рынке недвижимости бывают подъемы и спады. Если вы прикупили недвижимость на пике цен и хотите продать ее несколько лет спустя, когда рынок недвижимости начал стагнировать, то последнее решение с вашей точки зрения эквивалентно фиксации убытков.

# Определение #134

**Эффект псевдотерминальности** - это склонность людей воспринимать результат как определенный, в то время как он на самом деле неясен при многоступенчатом принятии решений.

# Описание эксперимента #134

Рассмотрим следующую двухэтапную игру. На первом этапе с вероятностью 75% можно закончить игру, ничего не выиграв, и с вероятностью 25% перейти на второй этап. Если вы достигли второго этапа, у вас есть выбор между:

А. уверенная победа в 30 долларов

В. 80% шанс выиграть \$ 45

Ваш выбор должен быть сделан до начала игры, то есть до того, как станет известен результат первого этапа. Пожалуйста, укажите вариант, который вы предпочитаете.

Канеман и Тверский ссылались на это происшествие в результате того, что они называли «эффектом псевдоопределенности». Они пришли к выводу, что когда люди делают выбор на более поздних этапах проблем, они часто не осознают, что неопределенность на более ранней стадии повлияет на конечный результат

## Пример из жизни #134

Например, бизнесе менеджер может подсчитать расчетный риск на ранних стадиях проекта.

# Определение #135

**Эффект трудности обработки информации** - людям легче запоминать информацию, которая требует больше времени для чтения и понимания.



# Описание эксперимента #135

В исследовании 1975 года (Крейк и Талвинг) участникам был дан список из 60 слов. Каждое слово было представлено вместе с тремя вопросами. Участник должен был ответить на один из них. Эти три вопроса были в одной из трех категорий. Одна категория вопросов была о том, как слово было представлено визуально («Показано ли слово курсивом?»). Вторая категория вопросов касалась фонетических качеств слова («начинается ли слово со звука «пэ»?»). Третья категория вопросов была представлена так, чтобы читатель был вынужден думать о слове в определенном контексте. («Можете ли вы встретить кого-то на улице [друга]»?) Результат этого исследования показал, что слова, которые содержали глубокую обработку (последнее), запоминались лучше.

## Пример из жизни #135

Например, в задаче по запоминанию слова, если субъект читает список, содержащий слово «dog», субъект предоставляет это слово с большей готовностью, когда его просят о трехбуквенных словах, начинающихся с «d».

# Определение #136

**Эффект владения** — психологический феномен, заключающийся в том, что человек больше ценит те вещи, которыми уже владеет, а не те, которыми может овладеть.

# Описание эксперимента #136

Д. Канеман предложил такой пример для иллюстрации феномена: человек является страстным фанатом одной группы и покупает билет на концерт за 200 долларов. За тот же билет он мог бы отдать не более 500 долларов. После покупки билета человеку предлагают продать этот билет за 3000 долларов, но он отказывается от продажи. Итак, минимальная продажная цена — выше 3000 долларов, а максимальная покупная — 500 долларов.

## Пример из жизни #136

Этот эффект будет проявляться в переоценке стоимости ценных бумаг, которыми владеет человек, тогда как человек не владеющий этими акциями может здраво оценить их реальную стоимость.

# Определение #137

**Склонность к подтверждению своей точки зрения или предвзятость подтверждения** — тенденция человека искать и интерпретировать такую информацию или отдавать предпочтение такой информации, которая согласуется с его точкой зрения, убеждением или гипотезой.

# Описание эксперимента #137

Команда в Стэнфордском университете провела эксперимент с участниками, имеющими сильные убеждения по вопросу смертной казни (половина участников — «за» и половина — «против»). Каждый участник читал описание двух исследований: сравнение штатов США с и без смертной казни и сравнение количества убийств в штате до и после введения смертной казни. После того как участники прочитали краткое описание каждого исследования, их спрашивали, не изменились ли их убеждения. После того они читали более полное описание процедуры проведения каждого из исследований и должны были оценить, было ли исследование правильно проведено и убедительно. На самом деле оба исследования были придуманы, при этом половине участников сообщили, что первое из исследований поддерживает наличие эффекта сдерживания, а второе — отрицает его, а второй половине участников сказали наоборот

## Пример из жизни #137

Невзирая на убедительность аргументации оппонента, Сергей продолжал верить в свою теорию, приводя нелепые доказательства



# Определение #138

**Оправдание системы** — тенденция защищать и поддерживать статус кво, то есть тенденция предпочитать существующие социальное, политическое и экономическое устройство, и отрицать перемены даже ценой жертвования индивидуальными и коллективными интересами.

## Описание эксперимента #138

В одном из исследований, людям говорили, что в их стране зарплаты у мужчин на 20% выше, чем у женщин, и просили их высказать свое отношение к этому. Оказалось, что те, кто никак не мог эмигрировать, были склонны оправдывать несоответствие зарплат различными способностями, которыми наделены мужчины и женщины от природы. Те же, кто потенциально мог уехать из страны, считали такое положение дел несправедливым. "Обычно считается, что если люди не могут покинуть систему, они приложат гораздо больше усилий, чтобы изменить в ней положение вещей к лучшему", - говорит Кэй. Но факты говорят об обратном.

## Пример из жизни #138

ЦК КПСС в СССР — один из явных примеров, как геронтократия препятствовала вводу нововведений, в результате чего произошел так называемый “застой” в политической деятельности страны.

# Определение #139

**Реверсивная психология** — термин, описывающий психологический феномен, при котором воспитание, пропаганда или склонение к определённому действию вызывает реакцию — прямо противоположную предполагаемой.

# Описание эксперимента #139

Данный феномен положен в основу реверсивной теории мотивации, созданной Майклом Аптером. По мысли Аптера и его коллег, мотивация *не является* стремлением к ослаблению напряжённости, а в целом определяется четырьмя парами мета-мотивационных состояний — именно они обычно задают устойчивые формы мотивации. Эти пары противоположных, несовместимых состояний, из которых в любое заданное время в психике может быть активным лишь одно. Например, в группе человек может стремиться быть: или *независимым*, или *примкнуть* к остальным. Также у него есть выбор: сосредоточиться на состояниях и переживаниях окружающих или — на своих собственных. В конечном счёте, именно из такого дихотомического выбора в каждый отдельный момент между видимыми противоположностями и состоит всё поведение человека в целом.

## Пример из жизни #139

Один из классических примеров: продавцы-консультанты, которые говорят примерно следующее: «Этот товар слишком дорогой, вы не сможете себе его позволить. Давайте посмотрим варианты подешевле». Расчет идет на то, что задетое самолюбие покупателя заставит его ответить: «Нет, покажите дорогой товар» – и приобрести именно его, чтобы доказать свою платежеспособность (в своих глазах, в глазах продавца, других покупателей и т.д.).

# Определение #140

**Реактивное сопротивление** — мотивационное состояние, возникающее в ситуации, когда какое-либо внешнее условие ограничивает свободу или создает угрозу ограничения проявлений индивида. Главная задача такого поведения — восстановление утраченной или ограниченной свободы.

# Описание эксперимента #140

Хейлман (1976) провела эксперимент, в котором прохожему на улице предлагалось подписать некую петицию, при этом во время процедуры подписания испытуемые сталкивались с разными по степени препятствиями в этом процессе. Результат оказался следующим: чем более интенсивными были попытки препятствовать индивидам в подписании петиции, тем с большей вероятностью они склонялись к тому, чтобы её подписать.



## Пример из жизни #140

В качестве примера можно привести человека, регулярно и сознательно нарушающего **общественный порядок** с целью оказывать сопротивление власти, которая запрещает этот тип действий на законодательном уровне. Причём этому человеку не важны выгоды, которые такое поведение может ему принести, а также он не задумывается о личных ресурсах, которые он должен будет затратить на это дело.

# Определение #141

**Эффект приманки** — прием, также известный как эффект асимметричного превосходства (asymmetric dominance effect), — основан на положении о том, что, совершая выбор между двумя вариантами, потребитель встает перед проблемой, решение которой, как правило, выходит не в пользу продавца.

# Описание эксперимента #141

Ученые Массачусетского технологического института (MIT) предлагали на продажу стандартный предмет женского гардероба по ценам 34 \$, 39 \$ и 44 \$. К удивлению исследователей, товар продавался лучше всего по цене 39 долларов. Даже самая низкая цена (34 \$) не смогла бороться с силой цифры 9. Был проведен несложный сплит-тест с целью установить, есть ли способ противостоять магии цифры 9? Исследователям казалось, что волшебное слово «распродажа» и упоминание начальной отпускной цены 48 \$ смогут навсегда лишить «девятку» ее чемпионского титула. Однако цифра 9 перекрыла все свои прежние рекорды, стоило только связать ее с отпускной ценой. В другом сплит-тесте отпускные цены, оканчивающиеся на цифру 9 спокойно побеждали даже более низкие отпускные цены (39 \$ против 34 \$).

## Пример из жизни #141

Хороший пример из современной жизни — феномен черной пятницы (Black Friday): это ежегодная однодневная распродажа, проходящая сразу после Дня благодарения в США, на которой предлагается ограниченное число товаров по сниженным ценам, большинство которых заканчивается на 9,99

# Определение #142

**Пристрастие к социальному сравнению** - это чувство неприязни и состязательности с кем-то, кого физически или умственно воспринимают лучше, чем вы сами.

# Описание эксперимента #142

Данные эксперимента были собраны из комбинированной выборки из 174 человек. Исследователи пришли к выводу, что социальное сравнение действительно вело к депрессии. Из выборки получилось большинство людей, которые испытывали стресс и высокий уровень депрессии при использовании или испытывании социальных сравнений.

## Пример из жизни #142

Как правило, у успешных людей очень много хейтеров, которые чувствуют, как их уровень жизни отличается от уровня жизни богатых людей. Атрибуты успешной жизни вызывают недовольство у простых людей на фоне классовых различий.

# Определение #143

**Отклонение в сторону статуса кво** - одно из когнитивных искажений, выражающееся в тенденции людей желать, чтобы вещи оставались приблизительно теми же самыми, то есть сохраняли **статус-кво**



# Описание эксперимента #143

Феномен был продемонстрирован в исследовании 1988 года. В одном из серии исследований испытуемых разделили на две группы и предложили им гипотетический выбор. Первой группе предложили следующую ситуацию: «Вы давно и серьезно следите за рынком ценных бумаг, и до недавнего времени у вас не было средств для вложений. Но пару дней назад вы получили крупную сумму в качестве наследства от дедушки и вы формируете свой портфель. У вас есть выбор для вложений: компания с умеренным риском для вложений, компания с высоким риском для вложений, казначейские векселя и муниципальные облигации.» Второй группе предложили сходную ситуацию, однако в ней уже был определен статус-кво: «... Но пару дней назад вы получили финансовый портфель в качестве наследства от дедушки, большая часть которого состоит из вложений в компанию с умеренным риском для вложений»

## Пример из жизни #143

Допустим, в выборах участвуют два кандидата и в нейтральной ситуации голоса между ними разделились бы поровну. Тем не менее, один кандидат уже был в должности (или исполняет ее на момент выборов). В таком случае голоса распределяются в его пользу (59 процентов против 41). Даже в том случае, если в нейтральной ситуации этот самый кандидат получил бы всего 39 процентов голосов, пребывание в должности, делающее его элементом статус-кво в глазах избирателей, все равно выдвинет его на первое место.

# Определение #144

**Эффект неоднозначности** - это когнитивное искажение, в котором принятие решения страдает из-за недостатка информации или неоднозначности.

# Описание эксперимента #144

Имеются две урны, в каждой из которых в общей сложности 100 красных и чёрных шаров. В первой урне 50 красных и 50 чёрных шаров. Количество чёрных (и, соответственно, красных) шаров во второй урне неизвестно. Из каждой урны случайным образом вынимается по одному шару. Участника эксперимента просят выбрать урну и сделать ставку на цвет шара. В случае угадывания он получает 100 долларов, а в случае проигрыша — ничего не теряет. В ходе эксперимента выяснилось, что люди стремятся выбрать первую урну, где вероятность выигрыша (и риск проигрыша) определена, и избегают неопределённого риска, связанного с выбором второй урны. При предоставлении урн по отдельности испытуемые не отдавали предпочтения какому-либо цвету

## Пример из жизни #144

При покупке дома, многие люди выбирают ипотеку с фиксированной процентной ставкой, где процентная ставка устанавливается в камне, над переменной ставкой, где процентная ставка колеблется с рынком. Это тот случай, даже если ипотечная переменная ставка статистически было показано, чтобы сэкономить деньги.

# Определение #145

**Информационное искажение** - это когнитивный уклон искать информацию, когда она не влияет на действие.

# Описание эксперимента #145

Информационный уклон, изученный Baron, Beattie and Hershey (1988), является тенденцией, по которой мы должны верить, что чем больше информации можно получить для принятия решения, тем лучше будет это решение, даже если эта дополнительная информация не имеет значения. Действительно, мы ищем информацию, даже если она не может напрямую повлиять на наши действия или решения, поскольку мы просто чувствуем, что нам нужна вся доступная информация для принятия правильного решения. Например, Барон, Битти и Херши продемонстрировали этот принцип с помощью эксперимента, в котором они поставили субъектам диагностическую проблему, включающую фиктивные симптомы, тесты и заболевания. Большинство испытуемых решили, что им необходимо продолжать собирать больше информации и проводить дополнительные тесты, чтобы поставить диагноз, хотя на самом деле им уже было достаточно данных для этого.

## Пример из жизни #145

Примером информационной предвзятости является убеждение, что чем больше информации можно получить для принятия решения, тем лучше, даже если эта дополнительная информация не имеет отношения к решению



# Определение #146

**Искажение правдоподобного вывода** - это тенденция судить о силе аргументов, основанных на правдоподобности их заключения (для индивида), а не на том, насколько сильно они поддерживают этот вывод.

# Описание эксперимента #146

В эксперименте участников попросили оценить силлогизмы, которые имеют веские аргументы с неубедительными выводами; обоснованные аргументы с убедительными выводами; неверные аргументы с неубедительными выводами; неверные аргументы с убедительными выводами. Результаты показывают, что когда заключение является правдоподобным, люди слепо принимают неверные выводы в большей степени, чем недопустимые аргументы.

## Пример из жизни #146

Человек с большей вероятностью примет аргумент, поддерживающий заключение, которое согласуется с его ценностями, убеждениями и предшествующим знанием, в то же время отвергая встречные аргументы к заключению

# Определение #147

**Эффект рифмованности** - это когнитивное искажение, из-за которого рифмующиеся поговорки и афоризмы кажутся нам более точными и правдоподобными. Хороший слог может убедить ваших посетителей в том, что ваш продукт — это действительно стоящий вариант.

# Описание эксперимента #147

В экспериментах испытуемые оценивали вариации высказываний, которые рифмовались или нет. Испытуемые оценивали те, которые рифмовались как более правдивые (определяемые по значению). Например, утверждение «What sobriety conceals, alcohol reveals» было сочтено более точным, чем «What sobriety conceals, alcohol unmasks»

# Пример из жизни #147

“Gillette – лучше для мужчины нет”

# Определение #148

**Эффект тривиальности** — организации тратят большую часть ресурсов на обсуждение тривиальных вопросов и мало времени на обсуждение сложных вопросов

# Описание эксперимента #148

Представьте себе. Вы начинаете совещание с намерением обсудить 10 пунктов повестки. И собираетесь сделать это за два часа. За первые полчаса вы обсуждаете первые три пункта. Доходите до пункта 4... И оставшееся время совещания посвящаете ему. Но поскольку за полтора часа дискуссии по пункту 4 вы не приняли никакого решения, вы задерживаетесь на встрече еще на 25 минут. Однако и после этого решения принято не было. Но совещание и так слишком затянулось. Всем надо расходиться. В итоге шесть пунктов повестки оказались не охваченными. А обсуждение пункта 4 так и не дало никаких результатов. Выйдя с совещания все участники задаются вопросом: почему пункту 4 было уделено столько внимания. Он не являлся ни сложным, ни важным. Так почему несколько умных и профессиональных сотрудников потеряли столько времени, обсуждая нечто несложное, а главное неважное? Именно так и работает закон тривиальности.



## Пример из жизни #148

В качестве примера приведён вымышленный комитет, работа которого заключалась в согласовании проекта атомной электростанции. Большую часть времени участники комитета тратили на обсуждение мелких и простых для понимания вопросов, вроде материалов для строительства сарая для велосипедов работников, оставляя без внимания конструкцию самой электростанции, — что является гораздо более важным, но одновременно и гораздо более сложным и комплексным вопросом.

# Определение #149

**Ошибка конъюнкции**— когнитивное искажение, связанное с приданием большей правдоподобности совместным событиям, чем событиям в отдельности.

# Описание эксперимента #149

Линде 31 год, она не замужем, за словом в карман не лезет и очень сообразительная. Она училась на факультете философии. Студенткой много размышляла о дискриминации и социальной несправедливости, участвовала в демонстрациях против распространения ядерного оружия.

Вопрос: что более вероятно?

1. Линда – кассир в банке.
2. Линда – кассир в банке и активная феминистка.

Большинство выбирает ответ 2, несмотря на то, что вероятность выше у варианта 1. Данный факт обусловлен тем, что вероятность совместных событий всегда не больше вероятностей событий в отдельности.

## Пример из жизни #149

Экспертов попросили оценить вероятность того, что Советский Союз вторгнется в Польшу, а Соединенные Штаты разорвут дипломатические отношения. Они оценили это в среднем как 4% вероятность возникновения. Другую группу экспертов попросили оценить вероятность того, что Соединенные Штаты разорвут отношения с Советским Союзом в следующем году. Они дали ему среднюю вероятность всего 1%.

# Определение #150

**Бритва Оккама**— методологический принцип, в кратком виде гласящий: «Не следует множить сущее без необходимости»

# Описание эксперимента #150

Логически бритва Оккама базируется на принципе достаточного основания, введённом ещё Аристотелем, а в современном виде сформулированном Лейбницем: утверждать существование объекта, явления, связи, закономерности и т. п. можно лишь при наличии оснований, то есть фактов или логических выводов из фактов, подтверждающих это суждение. Рассматривая простое и сложное объяснения с точки зрения этого принципа, легко увидеть, что, если простое объяснение является полным и исчерпывающим, то для введения в рассуждение дополнительных компонентов просто нет достаточных оснований. С другой стороны, если такие основания есть, значит простое объяснение уже не является полным и исчерпывающим (так как не охватывает эти основания), то есть условия для применения бритвы Оккама не выполняются.

## Пример из жизни #150

Среди наиболее известных примеров применения этого принципа — ответ, который дал императору Наполеону создатель первой теории возникновения Солнечной системы математик и физик Лаплас. Наполеон спросил, почему слово «Бог», беспрерывно повторяемое Лагранжем, в его сочинении не встречается вовсе, на что Лаплас ответил: «Это потому, что я в этой гипотезе не нуждался»

# Определение #151

**Эффект меньше-лучше**— это когнитивное искажение, разновидность обращения предпочтений, когда в отсутствие прямого сравнения двух вещей предпочтение отдаётся вещи с меньшей ценностью.



# Описание эксперимента #151

Теоретическими причинами эффекта «меньше — лучше» могут быть:

- Мышление от противного (склонность к сравнению с альтернативой — англ. *counterfactual thinking*). Исследование, проведённое в 1995 году, показало, что бронзовые медалисты счастливее серебряных скорее всего потому, что серебро сравнивается с неполученным золотом, а бронза — с неполучением медали вообще

# Пример из жизни #151

Без непосредственного сравнения (когда предметы предлагались раздельно) люди воспринимают как более щедрый подарок:

- дорогой шарф (45 \$) — по сравнению с дешёвым пальто (55 \$);

# Определение #152

**Ошибка атрибуции воспоминания**— воспоминанию приписывается другое происхождение.

# Описание эксперимента #152

Исследование показало, что новые слова с высокой степенью предсказуемости, скорее всего, будут неверно идентифицированы как ранее замеченные, тогда как новые слова, которые были менее предсказуемыми, не были так определены. Фактически, субъекты на самом деле называли предсказуемые слова быстрее, чем непредсказуемые. Из этого исследования Уиттлси смог сделать вывод, что испытуемые неправильно оценивали свои быстрые ответы на слова с высокой степенью предсказуемости в качестве указания на то, что они ранее испытывали это слово, хотя на самом деле это было неверно.

## Пример из жизни #152

Например, человек может ошибочно вспомнить, что он создал шутку, не преднамеренно занимаясь плагиатом, но, тем не менее, полагая, что является первоначальным источником памяти.

# Определение #153

**Криптомнезия** — когда человек не может вспомнить, когда было то или иное событие, во сне или наяву, написал ли он стихотворение или просто запомнил когда-то прочитанное, был ли он на концерте известного музыканта или только слышал разговор об этом. Иными словами, забывается источник той или иной информации. Чужие идеи и чужое творчество, когда-то воспринятые человеком, через некоторое время осознаются как свои.

# Описание эксперимента #153

В первом эмпирическом исследовании криптомнезии люди, разделённые на группы, по очереди создавали примеры категорий (например, виды птиц: попугай, канарейки и т.д.). Позже их попросили создать новые экземпляры в тех же категориях, которые ранее не были произведены, а также вспомнить, какие слова они сгенерировали сами. Люди непреднамеренно выдавали чужие идеи за свои около 3-9% от всего времени, либо перерабатывая мысли другого человека, либо ложно считая чью-то мысль своей собственной

## Пример из жизни #153

Книга Фридриха Ницше «Так говорил Заратустра» включает в себя почти дословный пересказ событий, вошедших в книгу, изданную около 1835, за полвека до Ницше. Это считается ни целенаправленным плагиатом, ни чистым совпадением: сестра Ницше подтвердила, что Ницше действительно прочитал первоначальный текст, когда ему было 11 лет. Интеллектуальная доблесть молодого Ницше, его последующие когнитивное вырождение из-за нейросифилиса и сопутствующие ухудшения психологического состояния (в частности, его преувеличенная помпезность, что проявляется в его более позднем поведении и сочинениях) вместе усилили вероятность того, что он случайно совершил переход к памяти на начальном этапе чтения. Позже, после того, как потерял воспоминания о прочтении текста, Ницше предполагал, что его собственный ум создал данное произведение.



# Определение #154

**Конфабуляция** — ложные воспоминания, в которых факты, бывшие в действительности либо видоизменённые, переносятся в иное (часто в ближайшее) время и могут сочетаться с абсолютно вымышленными событиями

# Описание эксперимента #154

Конфабуляция может быть обнаружена с помощью опыта Диза — Родигера — МакДермотта<sup>1</sup>. Участники прослушивают аудиозапись нескольких списков тематически связанных слов. Затем участников попросят вспомнить слова в своем списке. Если участник вспоминает слово, которое никогда не было указано в списке, это считается конфабуляцией.

## Пример из жизни #154

В качестве примера исследователь привел историю военного офицера. Когда умственные недостатки, вызванные травмой головы, сделали его непригодным для дальнейшей службы, офицер утверждал, что вовлечен в операции контрразведки.

# Определение #155

**Внушаемость** — степень восприимчивости к внушению, определяемая субъективной готовностью подвергнуться и подчиниться внушающему воздействию.

# Описание эксперимента #155

Лёгкое надавливание на веки в области надбровных дуг после соответствующего воздействия у лиц с повышенной внушаемостью и гипнабельностью вызывает смыкание век.

## Пример из жизни #155

Например, вы не знаете о том, как живет определенное племя в Африке, и поверите сказочным небылицам просто потому, что никогда ничего не слышали о таком племени и готовы допустить всякое. Вместе с тем, вы не поверите, что по улицам маленького провинциального городка ходят медведи, ведь у вас там живет тетя и вы сами не раз там гостили.

# Определение #156

**Эффект интервала** — демонстрирует, что обучение более эффективно, когда учебные занятия разнесены. Этот эффект показывает, что больше информации кодируется в долговременной памяти с помощью разнесенных учебных сессий, также известных как разнесенное повторение или разнесенное представление, чем с помощью массированного представления («переполнение»).

# Описание эксперимента #156

Руссо и соавт. (2002) продемонстрировали, что изменение шрифта, в котором были представлены повторяющиеся представления не-слов, уменьшило кратковременное восприятие этих стимулов, особенно для предметов массового потребления. При тестировании памяти распознавания не было обнаружено эффекта интервала для неслов, представленных в разных шрифтах во время исследования. Эти результаты подтверждают гипотезу о том, что кратковременное восприятие - это механизм, который поддерживает пространственные эффекты в задачах с памятью, когда в качестве целей используются незнакомые стимулы. Кроме того, когда шрифт был изменен между повторными представлениями слов в фазе изучения, не было никакого уменьшения эффекта расстояния. Эта устойчивость к манипулированию шрифтами ожидается с этим двухфакторным учетом, так как семантическая обработка изучаемых слов определяет производительность при последующем тесте памяти, а манипулирование шрифтами не имеет отношения к этой форме обработки.



## Пример из жизни #156

Эффект был достигнут в исследовании, посвященном рекламе на веб-сайте. Выяснилось, что продажи постепенно уменьшаются по мере того, как клиент посещал сайт и несколько раз подвергался воздействию рекламы. Однако, если прошедшее время между посещениями было больше, реклама оказала бы большее влияние на продажи.

# Определение #157

**Неявные стереотипы** — те, которые лежат на подсознании индивидов, что они не имеют никакого контроля или понимания

# Описание эксперимента #157

Неявные уклоны могут быть активированы средой и работать за пределами намеренного, сознательного познания человека. Неявные стереотипы формируются на собственном опыте и на основе изученных связей между определенными качествами и социальными категориями, включая расы и / или пол.

## Пример из жизни #157

Человек может испытывать бессознательный страх перед всеми питбулями. Это смещение может быть связано с одним событием , что произошло в прошлом

# Определение #158

**Предрассудок** — суждение, усвоенное некритически, без размышления. Это иррациональные компоненты общественного и индивидуального сознания: суеверия и предубеждения.

# Описание эксперимента #158

...в качестве эксперимента ученые сажали в металлическую клетку пять обезьян и кормили их невкусной пищей. В верхнем углу развешивали бананы, но чтобы добраться до них, нужно было наступить на пластину и тем самым подключить всю клетку к электрическому току. Обезьяны, конечно же, пытались добраться до бананов, но их било током и они отступали. В итоге, почти все поняли, что приближаться к бананам не очень приятно. Лишь одна оказалась непонятливой и продолжала попытки сорвать банан, но так как током било всех, то остальные обезьяны начали её колотить за настырность. Битье подействовало, и глупышка прекратила дальнейшие попытки. Затем ток в клетке отключили, и бананы можно было брать спокойно, но никто уже не пытался к ним подойти. Далее заменили одну обезьяну на новую и та естественно рванула к бананам, но её тут же поколотили. Все её попытки сорвать бананы не находили понимания среди остальных, в итоге и она уgomонилась и перестала соваться к бананам. Постепенно заменили по одной всех остальных, в результате чего в клетке сидели обезьяны, которых ни разу не било током, но никто не пытался сорвать бананы, так как за это били сокамерники.

Обычно этот пример приводят для того, чтобы можно было наглядно пояснить, как можно изменить традиции в коллективе, если эти традиции неправильные. И вывод здесь был один, либо заменить сразу три обезьяны, либо посадить к четверым одну большую, которая будет всех остальных колотить и тем самым изменит привычки. И в том, и в другом случае битье определяло сознание.

# Пример из жизни #158

Дискриминация национальных и культурных меньшинств в СССР

# Определение #159

**Феномен негативного восприятия** — даже будучи равными по интенсивности, вещи более негативного характера оказывают большее влияние на психологическое состояние и процессы человека, чем нейтральные или позитивные вещи.



# Описание эксперимента #159

Когда людям предоставляют различную информацию о характере личности, эти черты не «усредняются» и не «суммируются» для достижения окончательного впечатления. Когда эти черты отличаются с точки зрения их позитивности и негатива, негативные черты непропорционально влияют на окончательное впечатление, как показало исследование

[Rozin, Paul](#); Royzman, Edward B. (2001). "Negativity bias, negativity dominance, and contagion". *Personality and Social Psychology Review*. **5** (4): 296–320.

## Пример из жизни #159

Люди склонны избегать выбора вариантов, которые могут привести к потере: плохие чувства от потери 20 долларов сильнее, чем позитивные чувства от 20 долларов

# Определение #160

**Эффект затухания** — психологический феномен, при котором воспоминания, связанные с отрицательными эмоциями, как правило, забываются быстрее, чем воспоминания, связанные с положительными эмоциями.

# Описание эксперимента #160

Ричи и соавт. (2009) использовали личные ответы субъекта на 1200 автобиографических событий для изучения предвзятого отношения. В этом исследовании были обнаружены четыре возможных тенденции в отношении памяти: фиксированный эффект (при котором сохраняется эмоциональная интенсивность), эффект затухания (при котором уменьшается эмоциональная интенсивность), эффект расцвета (при увеличении интенсивности) и гибкий эффект (где есть изменение валентности). Для положительных воспоминаний фиксированный эффект был более заметным (39%), чем эффект затухания (37%). Однако для негативных явлений эффект затухания был более заметным (51%), чем фиксированный эффект (38%). Повторяя уклон к исчезновению отрицательных воспоминаний.

## Пример из жизни #160

Невзирая на то, что прошло 4 года с момента развода Марии с Григорием, она вдруг снова захотела с ним увидеться, вспоминая то, каким классным он был

# Определение #161

**Правило кульминации и завершения** — мы склонны вспоминать наиболее эмоционально заряженные события легче всего. Это касается как позитивных, так и негативных воспоминаний.

# Описание эксперимента #161

Мы склонны вспоминать наиболее эмоционально заряженные события легче всего. Это касается как позитивных, так и негативных воспоминаний. В [одном исследовании](#), когда фанатов бейсбольной команды Бостон Ред Сокс попросили вспомнить какой-нибудь из прошедших матчей, они чаще называли лучшую игру, которую они когда-либо видели.

## Пример из жизни #161

Вспомните, когда вы в последний раз посещали парк развлечений. Вероятно, вы помните безумный заезд на американских горках или как уплетали невероятно вкусный кусок торта. Теперь напрягите память как следует. Скорее всего, вы простояли 30 минут в очереди ради поездки в целых 30 секунд и заплатили \$9 за кусочек торта, но едва ли это то, что первым приходит на ум.



# Определение #162

**Выравнивание и заострение** — это обычно способ, которым люди запоминают мелкие детали в пересказе историй, которые они пережили или пересказывают эти истории. Выравнивание - это когда люди скрывают части историй и пытаются смягчить их, чтобы исключить некоторые части. Следовательно, оба приема облегчают заполнение пробелов в памяти, которые существуют

# Описание эксперимента #162

Согласно исследованию, проведенному психологами в 1945 году, выравнивание и заострение резкости помогает в пересказе историй. Человек, рассказывающий историю о Ноевом Ковчеге, может сделать это следующим образом: «Был мир, полный греха, где Бог не мог найти ни одного добродетельного человека, кроме Ноя. Бог спустился к нему и сказал: «Этот грешный мир подходит к концу. Ты должен построить гигантское судно, чтобы выжить мог только самый добродетельный человек». Ной попытался предупредить человечество, но все, что они сделали, это высмеяли его и его проект строительства ковчега. Этот пересказ истории о Ноевом ковчеге включает обострение. Яркие детали задним числом добавлены в рассказывание историй. Взаимодействие Ноя с остальной частью человечества и его явное изображение зла не включены в Библию, однако это помогает лучше пересказать историю.

## Пример из жизни #162

Типичным примером этого является случай, когда слушающий друг рассказывает смешную ситуацию, которая случилась с ним много лет назад.

# Определение #163

**Эффект дезинформации** — когнитивное искажение, связанное с памятью. Происходит, когда воспроизведение эпизодических воспоминаний становится менее точным из-за полученной post factum информации.

# Описание эксперимента #163

В эксперименте участникам были продемонстрированы три различных видеоролика с авариями автомобилей. Одна группа респондентов наблюдала видео с автомобилями, разбивающимся со скоростью 20 миль в час, другая – со скоростью 30 миль в час, а последняя группа – аварию со скоростью 40 миль в час. После участникам эксперимента задали вопрос о скорости авто при аварии. Вопрос был одинаковым для каждого, за исключением слова, описывающего происшествие. Некоторые слова обозначали, что авария была незначительным столкновением, другие же – сильным ДТП. Результаты эксперимента показали – слова, используемые для описания аварии, оказали гораздо большее влияние на восприятие скорости движения, чем фактическая скорость автомобиля, наблюдаемая участниками на видео.

## Пример из жизни #163

Создание в СМИ образа неизбежной «справедливой» войны; для этого СМИ создают образ государства-врага, в отношении которого должна быть использована военная сила; данная страна, согласно создаваемой картине, должна представлять угрозу мировому сообществу или суверенитету страны. Пример: Война в Сирии 2015— н.в.

# Определение #164

**Последовательное воспоминание** — это тенденция человека вспоминать первый и последний элементы серии или любого другого события лучше, а средние элементы - хуже.

# Описание эксперимента #164

В некоторых экспериментах в конце 20-го века было отмечено, что участники, которые знали, что их будут тестировать по предоставленному им списку дисциплин, повторяют предметы: по мере того, как предметы были представлены, участники повторяли эти предметы для себя, а новые из новых предметов участники будут продолжать репетировать предыдущие пункты вместе с более новыми. Было продемонстрировано, что студенты лучше запоминают первые и последние темы из списка подготовки.



## Пример из жизни #164

Допустим, у вас есть список информации. Мы можем использовать список покупок для этого примера. У вас есть молоко, яйца, масло, вода, масло, хлеб, макароны, хумус и морковь. Вы с большей вероятностью назовете первые и последние позиции (молоко и морковь) согласно этому эффекту.

# Определение #165

**Эффект длины списка** — возможность сериального вспоминания уменьшается с увеличением длины списка или последовательности.

# Описание эксперимента #165

В эксперименте людям предлагалось запомнить позиции продуктов из длинного листа. Если люди показывали высокий результат запоминания позиций из списка с одним листом, то с увеличением листов с позициями количество успешного запоминания позиций начинало снижаться. Этот эффект называется эффект длины списка.

## Пример из жизни #165

Когда человек идет в магазин за едой и забывает свой список, он, как правило, запоминает только несколько продуктов. Если у человека длинный список, он, скорее всего, запомнит больший процент элементов, потому что список был длиннее, чем если бы он попытался запомнить короткий список.

# Определение #166

**Эффект свежести? (duration neglect)** — психологическое наблюдение того, что суждения людей о неприятности болезненных переживаний очень мало зависят от продолжительности этих переживаний.

# Описание эксперимента #166

Канеман и Фредриксон вместе с другими сотрудниками заставляли испытуемых положить руки в очень холодную воду. Согласно одному набору инструкций, они должны были держать руку в воде в течение 30 секунд, так как вода медленно нагревалась до более теплого состояния, но все еще невыносимо холодного уровня, а по другому набору инструкций они должны были немедленно убрать руку. ??!! Нет описания эксперимента нигде

## Пример из жизни #166

Егор попал в аварию, в результате чего он сломал ногу. Месяц спустя у него умерла кошка. Прошел год, но оба события он воспринимает одинаково негативно, несмотря на то, что первое событие могло привести к его смерти, а во втором случае он лишился лишь домашнего животного.

# Определение #167

**Эффект модальности** — То есть, механизм, используемый для передачи списка предметов другому человеку, влияет на число создаваемых порций.

Экспериментально установлено, что голосовая передача информации приводит к формированию и использованию большего количества группировок, чем визуальная.



# Описание эксперимента #167

Линдли (1966) показал, что, поскольку формируемые группы имеют смысл для человека, такая стратегия повышает возможность человека сохранять информацию в памяти и вспоминать ее во время исследований и тестирования. Поэтому, когда группирование используется в качестве мнемической стратегии, есть основания ожидать более высокую долю правильных воспоминаний.

## Пример из жизни #167

Например, для лучшего запоминания числа, такого как 12101946, его цифры группируются в порции 12, 10 и 1946, мнемонически ассоциируемые с днём, месяцем и годом.

# Определение #168

**Торможение памяти** — является способность *не* запоминать ненужную информацию. Научное понятие торможения памяти не следует путать с повседневным использованием слова «торможение». С научной точки зрения, подавлением памяти является одним из видов **познавательного торможения**, которая является остановкой или подмены психического процесса, в целом или частично, с или без намерения.

# Описание эксперимента #168

Уильямс обнаружил, что среди женщин с подтвержденной историей сексуального насилия примерно 38% не вспомнили об изнасиловании 17 лет спустя, особенно когда оно было совершено близким человеком.

## Пример из жизни #168

Например, человек, пытающийся вспомнить, где они припарковали свою машину, не захочет вспоминать каждое место, где он когда-либо припарковался. Поэтому, чтобы что-то запомнить, важно не только активировать соответствующую информацию, но и деактивировать неактуальную информацию.

# Определение #169

**Эффект первенства** — склонность оценивать изначально произошедшие события как более значимые на фоне всех событий, случившихся позднее.

# Описание эксперимента #169

Немецкий психолог Г. Эббингауз, изучая закономерности функционирования механической памяти, смог экспериментально доказать и обосновать существование эффекта первичности. Результатом его экспериментов стало обоснование существования, так называемого, позиционного эффекта памяти. Согласно Г. Эббингаузу, существует два позиционных эффекта: первичности (он же – эффект первенства) и недавности. Эффект первичности характеризуется более успешным воспроизведением элементов, расположенных в начале списка, а эффект недавности – более высоким уровнем запоминания последних позиций списка.

Эксперименты Г. Эббингауза привлекли широкое внимание научного сообщества, в первую очередь, психологов и социологов, продолживших исследования в данном направлении. Практически одновременно с ним ряд исследователей предпринимали попытки объяснить эффект первенства посредством приема, получившего название «свободного ответа». При помощи этой методики Д. Броди и Б. Мердоку[en] удалось установить взаимозависимость между эффектами «первенства» и «недавности».

## Пример из жизни #169

Зная о достоинствах продаваемого продукта, которые качественно отличают его от продукции конкурентов, маркетолог помещает их в начало или конец материала, адресованного потребителю или покупателю.



# Определение #170

**Эффект суффикса** — заключается в том, добавление приставки к ряду стимулов мешает его припоминанию.

# Описание эксперимента #170

В типичном эксперименте испытуемому предъявляются 6–10 акустических стимулов (обычно буквы, цифры или слоги, но иногда также естественные шумы или музыкальные звуки). За этими стимулами последним в ряду следует заранее известный «суффикс» (скажем, слово «нуль»), который нужно просто игнорировать. В контрольном условии вместо суффикса в начале ряда предъявляется префикс (например, тот же «нуль»). Данные говорят о снижении успешности воспроизведения элементов, непосредственно предшествующих суффиксу. Считается, что суффикс оказывает это влияние, интерферируя с информацией о стимулах, хранящейся в «очень коротком» (примерно две секунды) «прекатегориальном хранилище».

## Пример из жизни #170

Является классическим примером эхоической интерференции — явления, при котором новые звуки могут в некоторой степени маскировать или уменьшать длительность хранения звуков, предъявленных ранее.

# Определение #171

**Эффект Google** — это результат зависимости пользователей от Интернета. Новое явление хранения и запоминания информации.

Появление поисковых систем значительно сказалось на работе памяти людей. Возможность легко найти любую интересующую информацию привела к тому, что люди просто перестали запоминать всё то, что можно найти щелчком мышки.

# Описание эксперимента #171

Эксперимент был разбит на четыре части. Сначала испытуемые должны были ответить на лёгкие и сложные вопросы, а затем выполнить тесты Струпа. Исследователи показывали слова двух категорий: самые обычные и те, которые, связаны с технологиями (к примеру, клавиатура, экран или Google). Слова были выделены разными цветами. Демонстрируя цветные слова, учёные засекали время, которое занимало у людей, для определения цвета шрифта. Добровольцам понадобилось больше времени для ответа на слова технологического характера. Из этого можно сделать вывод, что подсознательно люди надеялись на ответ из поисковика. Во второй части испытуемым предоставили простые утверждения. Половине сообщили, что выражения будут сохранены и их позже можно будет просмотреть, других попросили запомнить, не сказав, что данные будут доступны. Далее обе группы проверили на способность запоминания тех самых выражений. Выяснилось, что первая группа не запомнила предложения, но точно назвала название файла и где он хранится. Вторая - показала более хорошие результаты, сумев воспроизвести тексты. В результате эксперимента учёные пришли к выводу, что люди, зная, что информацию можно найти онлайн, склонны запоминать меньше.

## Пример из жизни #171

Если стереть календарь событий в гугл-аккаунте, Михаил не вспомнит ни одной даты дня рождения. Вся информация о днях рождения загружалась автоматически из социальных сетей Михаила.

# Определение #172

**Рассеянность внимания** — нарушение способности к концентрации внимания. Рассеянность внимания относится к явлениям невнимания, так же как ошибки внимания и феномены избирательного (направленного) невнимания

# Описание эксперимента #172

Мнимая рассеянность возникает вследствие трудности распределения внимания (человек не может распределить внимание между разными объектами внешней и внутренней среды). Она рассматривается как негативное следствие глубокой внутренней концентрации. Человек совершает ошибку из-за того, что сконцентрирован на решении какой-либо проблемы или собственных чувствах и размышлениях, и не замечает, что происходит вокруг него, например, в быту. Часто различают два её вида. Профессорская рассеянность, когда стройный и эмоционально нейтральный ход размышлений логически упорядочен и направлен на решение сложных задач. Поэтическая рассеянность, когда человек находится в состоянии мечтательности. В этих двух видах рассеянность может проявляться в ошибках невнимания, когда нарушается привычный автоматизированный ход деятельности. Любой человек, если поглощен чем-либо, становится невнимательным. Также выделяют вид мнимой рассеянности, когда внешний объект всецело поглощает внимание, например, «гипноз цели» у военных летчиков.



## Пример из жизни #172

Егор проснулся в 6 часов утра, вышел на работу и только в метро заметил, что он забыл завязать шнурки. Это одно из проявлений рассеянности.

# Определение #173

**Эффект тестирования** — материал дольше сохраняется в памяти ученика, если он тестируется после каждого цикла запоминания материала

# Описание эксперимента #173

Базовый сценарий заключался в том, что учащиеся читали прозаический отрывок, в котором освещался какой-то научный вопрос общего характера, и старались запомнить его. Эксперименты проводились при следующих условиях:

1. Многократное прочтение. Отрывок прочитывался четыре раза без тестирования.
2. Однократное тестирование. Учащиеся прочитывали отрывок три раза, после чего старались вспомнить как можно больше изложенной в нем информации.
3. Многократное тестирование. Отрывок прочитывался один раз, после чего учащихся трижды тестировали. Тесты проводились спустя пять минут и спустя одну неделю после прочтения.

Результаты представлены на рис. 16.3. Когда тестирование проводилось спустя пять минут после прочтения, наиболее эффективным оказалось многократное прочтение, а наименее эффективным - многократное тестирование. Однако картина кардинально изменилась, когда тестирование проводилось спустя неделю после прочтения (это и есть эффект тестирования), и именно эти результаты наиболее релевантны успешной подготовке к экзаменам. Поражает величина эффекта тестирования: при многократном тестировании участники эксперимента вспомнили в среднем на 50% больше, чем при многократном прочтении.

## Пример из жизни #173

Принцип тестирования заложен в большинство моделей онлайн-курсов. Для того, чтобы ученик лучше запоминал материал, после каждого видео он должен пройти тест.

# Определение #174

**Эффект следующего в очереди** — люди не могут вспомнить информацию о событиях, непосредственно предшествовавших их очереди.

# Описание эксперимента #174

Впервые этот эффект был экспериментально изучен Малкольмом Бреннером в 1973 году. В своем эксперименте каждый из участников по очереди читал слово вслух с учетной карточки, и после 25 слов просили вспомнить как можно больше прочитанных слов. Результаты эксперимента показали, что слова, прочитанные вслух в течение приблизительно девяти секунд до того, как нужно было назвать свое слово, вспоминали хуже, чем остальные слова.

## Пример из жизни #174

Если группу людей выставить в круг и заставить рассказывать по одному факту друг за другом, то каждый человек будет склонен запоминать больше фактов тех людей, которые оказались после его очереди

# Определение #175

**Эффект уровней обработки информации** — гипотеза, согласно которой продолжительность хранения информации в долговременной памяти зависит от того, каким образом данная информация была обработана.



# Описание эксперимента #175

Испытуемым визуально предъявляли слова и просили ответить на три вопроса, требовавшие разного уровня обработки информации

1. Какими буквами, написано это слово: прописными или строчными? (простая зрительная, структурная обработка)
2. Рифмуется ли данное слово, со словом...? (фонологическая обработка)
3. Можно ли вставить данное слово, в следующее предложение...? (семантическая обработка)

После ответов на данные вопросы, испытуемым предъявляли список слов, половина из которых была новым, а половина встречалась в эксперименте, и просили, сказать, какие из слов встречались в эксперименте. Было показано, что чем глубже был уровень обработки слова, тем эффективнее его дальнейшее припоминание.

## Пример из жизни #175

В методических рекомендациях ФГОС рекомендуется применять несколько способов запоминания информации: посредством чтения, изучения на память, практического применения материала

# Определение #176

**«На кончике языка» («вертится на языке»)** — неспособность вспомнить какое-либо хорошо знакомое слово, при этом в памяти всплывает определённое количество информации о забытом слове.

# Описание эксперимента #176

Один из исследователей, Беннет Шварц, иллюстрирует это явление на примере рассказа Чехова «Лошадиная фамилия»: герой этого рассказа не может вспомнить фамилию, но, тем не менее, он уверен, что забытая фамилия имеет какое-то отношение к лошадям. Этот феномен является иллюстрацией того, что в сознании может временно существовать значение слова без его знаковой формы. Иногда это явление обозначается термином **пресквью** или **прескевью** (фр. *presque vu* «почти увиденное»), который был создан по аналогии с терминами дежавю и жамевю

## Пример из жизни #176

Не замечали ли вы, что чем больше вы стараетесь вспомнить чье-то забытое имя, тем больше оно ускользает от вас. Но как только мы заменим в нашем сознании мысль «Я забыл» на «Сейчас это вспомнится», как имя вспоминается само собой, без всякого усилия.