

# ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.923(045)

DOI 10.12737/10502

## Взаимосвязь индивидуальных характеристик личности со способностью прогнозировать изменения социальных объектов<sup>1</sup>

**Лебедев Александр Николаевич**

Д-р психол. наук, зав. кафедрой «Прикладная психология» Финансового университета

E-mail: prp@fa.ru

**Гордякова Ольга Владимировна**

Канд. психол. наук, доцент, зав. кафедрой «Психология маркетинга и рекламы» НОУ ВПО «Московский институт психоанализа»

E-mail: apam\_euro@mail.ru

В статье рассматривается явление, которое в рамках разрабатываемой авторами научной концепции получило рабочее название «эффект школьной фотографии». Смысл данного феномена состоит в тенденции человека описывать личность партнера по общению в соответствии с тем представлением, которое складывается у него к определенному моменту в прошлом и фиксируется во времени в качестве статичного образа. Этот образ «замораживается» в памяти, и все последующие действия человека определяются уже не моделью развития или деградации партнера, а моделью статичного образа, отдаленно напоминающего старый фотографический снимок. Таким образом, отсутствие информации о партнере по общению приводит к жесткой фиксации образа в памяти, который остается стабильным на протяжении многих десятилетий, что, в свою очередь, является причиной ошибок в прогнозировании изменений в жизни оцениваемого субъекта. В статье представлены результаты этапа экспериментального исследования, в котором определялась степень точности оценок испытуемыми жизненной перспективы известных людей в сфере бизнеса, государственного управления, политики и искусства по их детским фотографиям. Было показано, что разница в оценках испытуемыми женских фотографий в детстве и во взрослом возрасте в целом меньше, чем разница в оценках мужских фотографий, что может объясняться наличием больших возможностей у мужчин для развития в сферах бизнеса, политики, государственного управления и искусства, чем у женщин. В статье также представлены результаты корреляционного анализа связи оценок фотоперсонажей и личностных характеристик испытуемых.

**Ключевые слова:** антиципация, вероятностное прогнозирование, воля, личность, мотивация поведения, социальные оценки, социальные процессы, эмоциональные состояния.

## Relationship of Individual Personality Characteristics with the Ability to Predict Changes in Social Facilities<sup>2</sup>

**Lebedev Aleksandr Nikolaevich**

Ph.D. (Psychology), Professor, Head of the «Applied psychology» Department, Financial University

E-mail: prp@fa.ru

<sup>1</sup> Проект РГНФ № 14-06-18021е «Влияние индивидуальных и типологических характеристик личности на возникновение социальных иллюзий (на примере ошибочной интерпретации воспоминаний о социальных партнерах в прошлом)».

<sup>2</sup> RHSF Project № 14-06-18021e “Effect of individual and typological personal characteristics on the emerge of social illusions (exemplified with false interpretation of memories about past social partners)”.

**Gordyakova Ol'ga Vladimirovna**

Ph.D. (Psychology), Associate Professor, Head of the «Psychology of marketing and advertising» Department, Moscow Institute of Psychoanalysis

E-mail: apam\_euro@mail.ru

The article discusses the phenomenon which, in the framework of the scientific concept developed by the authors, obtained a working title of "the effect of a school picture". The meaning of this phenomenon is the tendency of man to describe the identity of the communication partner in accordance with the view that he had acquired by a specific point in the past and is fixed in time as a static image. This image, as if is frozen in memory and all subsequent human actions are determined not by the model of development or degradation of the partner, but the model of a static image, vaguely reminding old photos. Thus, the lack of information about the communication partner leads to a rigid fixation of the image in memory, which remains stable over many decades, which in turn causes errors in forecasting changes in the life of the assessed subject.

The article presents the results of the experimental stage of the study, which determined the degree of accuracy of the estimates by the examinees of life prospects of famous people in business, government, politics, and art by means of their children's photos. It was shown that the difference in estimates of the examinees of female photos in childhood and in adulthood is generally less than the difference in the estimates of male photos, which can be explained by the presence of more opportunities for men to develop in the fields of business, politics, government, and art, than for women. The article also presents the results of correlation analysis of the relation between estimates of photopersons and personal characteristics of the examinees.

**Keywords:** anticipation, emotional state, motivation of behavior, personality, probabilistic forecasting, social assessment, social processes, will.

Понятие вероятностного прогнозирования стало наиболее популярным в отечественной психологии в 80-е гг. прошлого века, когда появились работы исследователей, занимавшихся изучением психологических явлений, связанных с необходимостью прогнозировать изменения во времени наблюдаемых человеком объектов. Для обозначения данного явления часто использовался также термин «антиципация» [1–3]. Эти исследования, в частности, показали, что чем более вариативен объект или процесс во времени и чем меньше у субъекта информации о причинах и факторах, вызывающих те или иные изменения, тем менее точными оказываются прогнозы.

В результате исследований выяснилось, что на практике особенно сложно прогнозировать социальные объекты и процессы, которые зависят от воли, эмоциональных состояний людей, от динамики взаимоотношений между ними. Наличие эмоционально-волевого начала в любом процессе способно многократно увеличить количество факторов, которые требуют контроля для эффективного прогнозирования результата. В таком количестве они не поддаются детальному анализу и формализации, которые необходимы для того, чтобы применять известные методы математического моделирования<sup>3</sup>.

Сегодня в связи с многочисленными изменениями в социально-экономической сфере, стремительным

развитием промышленных, социальных технологий, экспоненциальным загрязнением окружающей среды и другими факторами вопрос о способности человека антиципировать развитие наблюдаемых им событий, ситуаций и динамику социально-экономических процессов вновь становится крайне актуальным. Выясняется, что известные науке психологические модели не всегда применимы в конкретных практических ситуациях, например, в тех, которые требуют эффективного взаимодействия людей в системе экономических и политических отношений. Таким образом, проблемы мотивации поведения, эмоциональных переживаний, морально-нравственной регуляции и аналогичные стали привлекать внимание все большего количества ученых. Остро встал вопрос о внутренних механизмах эмоционально-волевых процессов, т.е. о механизмах развития личности и регуляции ее поведения [4].

В частности, изучение в психологии биографий людей, неожиданно достигающих социального успеха или значительного экономического благополучия, показало, что генетические и социальные факторы, которыми длительное время объясняли результаты личностного роста, не всегда очевидны, а ссылки на благоприятные случайные совпадения не убедительны.

Именно поэтому в последние десятилетия как в зарубежной, так и отечественной психологии при-

<sup>3</sup> Хороший пример — программа США по созданию космического корабля «Аполлон». Американские ученые рассчитали параметры корабля до мельчайших технологических деталей, однако единственное место на корабле, математическую модель которого в деталях так и не удалось построить, — это его кабина, где должны были находиться астронавты. Поведение людей, особенно в возможных экстремальных ситуациях, детальным прогнозам не поддавалось.

обретают популярность так называемые синергетические модели, которые объясняют процессы развития личности некими гипотетическими механизмами ее саморазвития [5, 6]. Эти механизмы описываются как системы случайных и детерминированных факторов, однако до настоящего времени они не изучены и не раскрыты в той степени, которая в полной мере соответствовала бы прогностическому критерию науки [7].

В связи с этим в социальной психологии (на уровне конкретных исследований проблем личности и группы, межличностного и межгруппового взаимодействия) становится также актуальным вопрос об эффективности прогнозирования поведения партнеров по общению. Особенно это оказывается необходимым в тех ситуациях, когда общение субъектов по каким-то причинам прекращается и люди существуют и изменяются независимо друг от друга.

Данная проблема оказывается крайне важной и для фундаментальной науки, и для решения прикладных задач, например, при изучении психологических механизмов возникновения многочисленных социальных иллюзий, которые свойственны современному человеку в глобальном мире, в быстро изменяющемся постиндустриальном обществе. Причем информация в этом случае становится не средством достижения какой-либо цели, а уже непосредственно самим товаром, для «продажи» которого используются технологии психологического воздействия, разработанные еще в классической психологии рекламы, т.е. возникает некий парадокс: *информация рекламирует информацию* [8, 9].

Специалисты в области прогнозирования, например, В.А. Базаров-Руднев, И.В. Бестужев-Лада, А. Гендин, А. Казаков, В. Куценко, Б.Ф. Ломов, А. Печчеи, Э. Тоффлер, В. Ядов и др. [1, 10, 11], неоднократно отмечали, что способность эффективного социального прогнозирования распределена среди людей неравномерно. Однако неясно, с чем связана эта способность, в какой степени она определяется индивидуально-психологическими характеристиками личности.

Современные исследования иллюзорного восприятия мира (перцептивные, мнемические социальные иллюзии и др.) доказывают, что неадекватность психического отражения, определяемая биологическим несовершенством психики отдельного человека, компенсируется социальным опытом и развитием науки. Неадекватность восприятия проявляется практически на всех психологических уровнях и свойственна практически всем психическим процессам, включая понятийное или абстрактное мышление. В силу этого современный

человек существует в мире перцептивных иллюзий, социальных представлений [12], мифов, культов и религий, стереотипов, слухов и т.д.

Именно природное несовершенство психики и ограниченная доступность научных знаний создают «благоприятные условия» для социального манипулирования поведением людей через организацию таких видов деятельности, как политическая пропаганда, различные формы религий, реклама и маркетинг, брендинг и др. [13]. Все это делает крайне актуальным эмпирическое и теоретическое изучение данного феномена.

В настоящее время в зарубежной и отечественной психологии огромный интерес вызывают исследования иррациональности (неадекватности) мышления и поведения людей, например в условиях неопределенности и риска [14]. В результате изучения процессов принятия решений человеком многие психологи приходят к выводу о необходимости более глубокого анализа индивидуальной психики по критерию адекватности — неадекватности психического отражения.

В настоящее время огромная часть населения как нашей страны, так и других стран приобрела опосредствованные социальные контакты через социальные сети. Желание найти людей, с которыми человек когда-то имел дело (учился в школе, вузе, работал в компании или на предприятии, отдыхал на курорте и пр.), стало широко распространенным явлением. Однако неясно, насколько эффективно (неэффективно) одни люди способны прогнозировать жизненный путь других людей на основе информации, которую они получили в момент самого последнего социального контакта (например, в детстве, юности, десять, двадцать или тридцать лет назад).

Выявление связи психологических характеристик и точности социальных прогнозов позволило бы рассмотреть проблему адекватности индивидуальной памяти и способности человека создавать образ партнера по общению с учетом психологических изменений последнего. В процессе проведения исследований могли бы быть получены результаты, позволяющие конкретно перечислить индивидуально-психологические и типологические характеристики личности, которые влияют на эффективность (или неэффективность) социальных прогнозов. Иными словами, предположений об изменениях, которые происходят с социальными объектами, окружающими человека (партнеры по общению, подчиненные, руководители, профессиональные группы и др.).

Другая, не менее сложная для научного исследования проблема состоит в том, что в настоящее

время в мире процветает и пользуется достаточно высоким спросом на рынке бизнес, основанный на неподтвержденных наукой идеях о сверхспособностях (некоем даре) ряда «специалистов» прогнозировать судьбы людей. В этом случае всевозможными «ясновидящими» используются различные подручные «инструменты» и чаще всего — это фотографии. Сегодня научно проверить данные «способности» не представляется возможным, так как их проявление противоречит современной научной теории, а сам процесс прогнозирования до сих пор никому не удавалось операционализировать в рамках научного эксперимента. Поэтому необходимы исследования для объективной проверки и подобных «феноменов» также. Учитывая тот факт, что практически каждому человеку изначально свойственно подвергаться различным социальным и психологическим манипуляциям и воспринимать мир как совокупность иллюзий, о чем было сказано выше, такие исследования приобретают дополнительную актуальность.

В 2014 г. в рамках проекта, поддержанного РГНФ, нами было проведено исследование, где изучалось явление, которое в соответствии с разрабатываемой нами концепцией получило рабочее название «эффект школьной фотографии». Смысл данного феномена состоит в особом типе иллюзий, которые относятся к понятию социальных иллюзий. В этом случае обнаруживается тенденция описывать личность партнера по общению в соответствии с тем представлением, которое складывается у человека к определенному моменту в прошлом и фиксируется во времени в качестве статичного образа. Этот образ «замораживается» в памяти, и все последующие действия человека определяются уже не моделью развития или деградации партнера, а моделью статичного образа, отдаленно напоминающего старый фотографический снимок.

Иными словами, отсутствие информации о партнере по общению приводит к жесткой фиксации образа в памяти, который остается стабильным на протяжении многих десятилетий. Иногда люди предупреждают тому или иному человеку «большое будущее» в политике, искусстве, науке и пр. Иногда они полагают, что тот или иной человек не перспективен для какой-либо, например, творческой деятельности. И в том и в другом случае в условиях информационной неопределенности часто возникают ошибки прогнозирования<sup>4</sup>.

Конкретной задачей в рамках изучаемой проблемы являлось проведение серии лабораторных и полевых

экспериментальных исследований для выявления возможной взаимосвязи индивидуально-психологических и типологических характеристик человека с точностью прогнозов личностного роста партнеров по общению на основе предъявляемых «винтажных» фотоматериалов. В исследовании приняли участие 142 человека. На первом этапе одной группе испытуемых предъявлялись групповые и индивидуальные фотографии людей, с которыми они когда-то прервали общение (10–12, 20–25 и более 35 лет до момента проведения исследования). Другой группе предлагались детские фотографии известных людей и задание оценить перспективы их социальных достижений.

В первой серии экспериментов использовались школьные фотографии, фотографии участников спортивных секций, выпускников вузов, совместного отдыха и др. Во второй серии предлагалось оценить фотографии людей, получивших известность в какой-либо социально-экономической сфере (бизнес, государственная служба, искусство и пр.), которые заимствовались из различных доступных источников, в частности из социальных сетей. Исследования проводились на выпускниках 1972 г. школы № 43 г. Севастополя, выпускниках 1992 г. школы № 91 г. Москвы, выпускниках различных лет школы № 1234 г. Москвы, выпускниках 1982 и 1983 г. ряда факультетов Московского государственного университета. Предъявлялись также и другие групповые фотоматериалы, которые предоставляли сами испытуемые.

В процессе исследования осуществлялось психодиагностическое тестирование респондентов (использовался многофакторный тест Кеттелла, личностный тест Айзенка, задачи на различные виды запоминания информации, методика семантического дифференциала Ч. Осгуда), проводилась математико-статистическая обработка результатов. Для сравнительного анализа использовались материалы социальных сетей, в частности «Одноклассники», «ВКонтакте», «Facebook» и некоторых других. Использовались также методы группового анализа (фокус-группы), авторская методика полустандартизованного интервью.

В рамках исследований оценивалось совпадение (точность) прогнозов испытуемых с реальными достижениями персон, оцениваемых им по фотографии. Проводился анализ индивидуально-психологических личностных характеристик испытуемых, а также выявлялись корреляционные связи этих

<sup>4</sup> Так, история многих выдающихся личностей показывает, что в детстве окружающие часто считали их посредственностями и недооценивали перспективы их развития. Эти факты описаны в биографиях многих выдающихся людей, например писателя А.П. Чехова, художника С. Дали и др.



характеристик с точностью представленных испытуемыми прогнозов.

Как было указано выше, цель одного из экспериментов состояла в том, чтобы определить, насколько точными оказываются оценки испытуемыми жизненной перспективы известных людей в сфере бизнеса, государственного управления, политики и искусства по их детским фотографиям. В процессе проведения исследования испытуемым предлагалось оценить по методике семантического дифференциала предложенные им фотографии. Для этого предъявлялись шкалы, представленные в табл. 1.

Таблица 1

Шкалы семантического дифференциала Ч. Осгуда

1	Неуспешный	Успешный
2	Бедный	Богатый
3	Неизвестный	Известный
4	Пассивный	Активный
5	Глупый	Умный

На данном этапе в исследовании приняли участие 83 человека (56% — девушки, 44% — юноши) в возрасте 20–25 лет. Испытуемым предлагались детские фотографии, в которых они не могли узнать людей, широко известных населению России сегодня. Рассматривая фотографии в течение 2–3 минут, они должны были сделать прогноз будущего изображенных на них детей и представить свои оценки в шкалах семантического дифференциала.

Затем испытуемым предлагались фотографии взрослых людей, т.е. так, как они выглядят сегодня. Их «успешность», «известность», «активность», «интеллектуальный уровень» и «материальное состояние» оценивались испытуемыми по тем же шкалам семантического дифференциала [13].

При анализе результатов выявлялась величина расхождения между прогностическими оценками возможного будущего персонажей на фотографиях и оценками их современного состояния. Полученная разница усреднялась по всем параметрам и сравнивалась. После эксперимента с помощью корреляционного анализа выявлялась также связь между личностными характеристиками испытуемых (по тесту 16PF Кеттелла) (см. табл. 2) и полученными усредненными оценками по методике семантического дифференциала.

Таблица 2

Факторы личностного теста Кеттелла

A	Общительность — замкнутость
B	Низкая способность к обучению — Высокая способность к обучению
E	Подчиненность — Доминирование
I	Жесткость — Чувствительность
N	Прямолинейность — Дипломатичность
O	Уверенность в себе — Тревожность
Q3	Низкий самоконтроль — Высокий самоконтроль

В результате обработки полученных данных было установлено, что разница в оценках испытуемыми детских фотографий женщин и их взрослых фото в целом по выборке меньше, чем разница в оценках мужских фотографий (см. рис. 1).

Индивидуальные беседы экспериментаторов с испытуемыми, обсуждения и дискуссии в фокус-группах позволили сделать вывод, что этот, как может показаться на первый взгляд, парадоксальный результат, связан с тем, что мужчины в реальности объективно имеют большие возможности для личностного роста в сферах бизнеса, политики, госу-

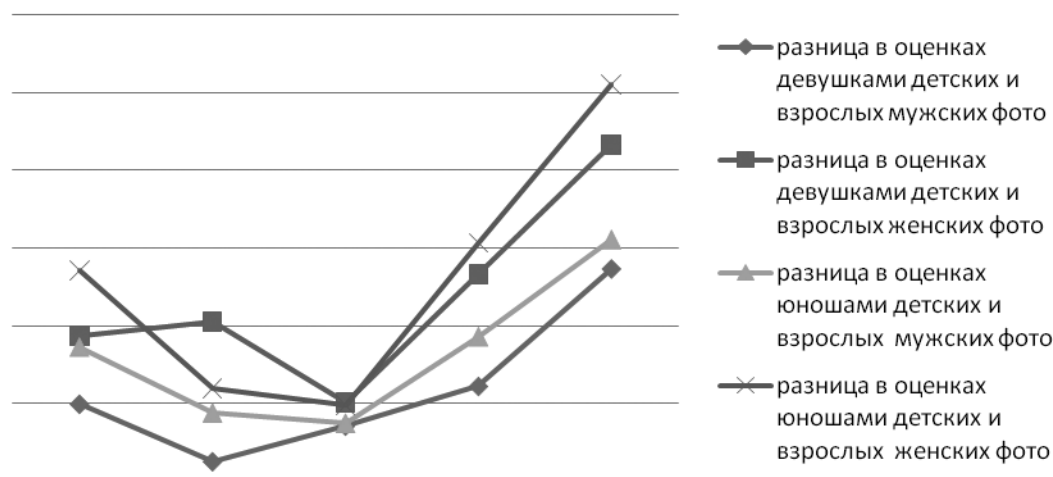


Рис. 1. Разница в оценках испытуемыми детских и взрослых фотографий известных людей

дарственного управления и искусства. Это косвенно подтверждается и тем, что такой эффект смещения оценок обнаруживается как у испытуемых мужского, так и женского пола.

Наибольшие различия между прогностическими оценками и реальными социальными достижениями фотоперсонажей (как мужчин, так и женщин) обнаруживаются по шкалам «неуспешный — успешный», «бедный — богатый» и «неизвестный — известный». Разница в оценках женских фотоперсонажей по шкалам «пассивный — активный» и «глупый — умный» оказалась минимальной, в то время как разница оценок по этим шкалам мужских фотоперсонажей оказалась высокой.

При анализе связи оценок фотоперсонажей и личностными особенностями испытуемых были получены результаты, представленные в табл. 3.

Так, было обнаружено, что фактор А теста Кеттелла значимо связан с оценками испытуемых по шкале «глупый — умный» [15], т.е. испытуемые, склонные к ярким эмоциональным проявлениям, естественному непринужденному поведению, внимательному отношению к людям, добрые и мягкосердечные дают более точные оценки перспектив развития интеллектуальных способности людей по фотографии.

Испытуемые, склонные к властности, стремящиеся к самостоятельности, независимости, игнорирующие социальные условности и авторитеты (фактор Е), делают меньше ошибок в прогнозировании такой характеристики фото персонажей, как «бедность — богатство».

Испытуемые с высокими показателями образного, художественного восприятия мира, утон-

ченные и изысканные (фактор I) более точны в прогнозе «успешности — неуспешности» фотоперсонажей. Испытуемые, беспокойные, с выраженной тревожностью, депрессивным фоном настроения, ранимые и впечатлительные (фактор О), более точны в оценках такой характеристики, как «пассивный — активный».

Испытуемые с высоким уровнем интеллекта (фактор В) более точны в определении возможности человека стать известным. Меньше ошибок в прогнозе этой характеристики делают проницательные и расчетливые испытуемые (фактор N), а также организованные испытуемые, хорошо контролирующие свои эмоции и поведение (фактор Q3).

Как показывают исследования, тем или иным иллюзиям и ошибкам восприятия и мышления подвержены практически все люди. Изучение влияния индивидуально-психологических и типологических характеристик личности на представления о динамических (развивающихся) социальных объектах, какими являются партнеры по общению и социальные группы, становится важной задачей социальной психологии. В данном исследовании была предпринята попытка ответить на ряд вопросов, связанных с психологическими механизмами целого ряда так называемых социальных иллюзий. Исследование позволило получить некоторые данные, которые могут представлять основу для более сложных экспериментов. Был описан также феномен, который ранее в отечественной психологии не рассматривался, но который имеет большое значение для развития как социально-психологической теории, так и практики эффективного социального взаимодействия.

Таблица 3

### Коэффициент корреляции личностных характеристик испытуемых и их оценок фотоперсонажей по методике семантического дифференциала Ч. Осгуда

Шкала семантического дифференциала					
Фактор теста Кеттелла	Шкала 1	Шкала 2	Шкала 3	Шкала 4	Шкала 5
A	-0,07	-0,02	0	-0,17	-0,52**
B	-0,19	-0,14	-0,42*	0,27	0,04
E	-0,33	-0,5**	-0,13	-0,06	-0,05
I	-0,41*	-0,35	-0,18	-0,31	-0,15
N	-0,07	-0,20	-0,5**	-0,24	-0,22
O	-0,13	-0,27	0,12	-0,52**	-0,15
Q3	-0,36	-0,07	-0,43**	-0,16	-0,37

Примечание. \*p < 0,05; \*\*p < 0,01

## ЛИТЕРАТУРА

1. Ломов Б.Ф., Сурков Е.Н. Антиципация в структуре деятельности. М.: Наука, 1980. 275 с.
2. Сергиенко Е.А. Принципы психологии развития: современный взгляд // Психологические исследования. 2012. Т. 5. № 24. С. 1.
3. Фейгенберг И.М., Журавлев Г.Е. Вероятностное прогнозирование в деятельности человека. М.: Наука, 1977. 394 с.
4. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. СПб.: Питер, 2006. 607 с.
5. Крылов Ю.К. Интаэрология и синергетика // Синергетика и методы науки / отв. ред. М.А. Басин. СПб.: Наука, 1998. С. 77–95.
6. Хакен Г. Синергетика. Иерархии неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах. М.: Мир, 1985. 424 с.
7. Кун Т. Структура научных революций / сост. В.Ю. Кузнецов. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. 320 с.
8. Лебедев-Любимов А.Н. Психология для экономистов. М.: Юрайт, 2014. 328 с.
9. Лебедев-Любимов А.Н. Психология рекламы. 2-е изд. СПб.: Питер, 2007. 368 с.
10. Бестужев-Лада И.В. Прогнозное обоснование социальных нововведений. М.: Наука, 1993. 240 с.
11. Тоффлер Э.Т. Шок будущего: пер. с англ. / Э. Тоффлер. М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. 557 с.
12. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психологический журнал. Т. 16. 1995. № 1. С. 3–18.
13. Лебедев А.Н., Гордякова О.В. «Феномен «школьной фотографии»: социальные сети и социальные иллюзии» / Психологические и психоаналитические исследования. М.: Московский институт психоанализа, Центр стратегической конъюнктуры, 2014. С. 93–103.
14. Kahneman D., Tversky A. Choices, values and frames. New York: Cambridge University Press. 2000. P. 864.
15. Мельников В.М., Ямпольский Л.Т. Введение в экспериментальную психологию личности. М.: Просвещение, 1985. 319 с.

## REFERENCES

1. Lomov B.F., Surkov E.N. *Antitsipatsiya v structure deyatel'nosti* [Anticipation in the structure of activity]. Moscow, Nauka Publ., 1980. 275 p.
2. Sergienko E.A. Printsipy psikhologii I razvitiya: sovremennyy vzglyad [Principles of developmental psychology: a current view]. *Psikhologicheskie issledovaniya* [Psychological research]. 2012, V. 5, I. 24, p. 1.
3. Feigenberg I.M., Zhuravlev G.E. *Veroyatnostnoye prognozirovaniye v deyatel'nosti cheloveka* [Probabilistic forecasting in human activities]. Moscow, Nauka Publ., 1977. 394 p.
4. Khjell L., Ziegler D. *Teorii lichnosti* [Theories of personality]. St. Petersburg, Piter Publ., 2006. 607 p.
5. Krylov Yu. K. Intaerologiya i sinergetika [Enterology and synergetics]. *Sinergetika i metody nauki* [Synergetics and scientific methods: executive. editor M. A. Bassin]. St. Petersburg, Nauka Publ., 1998. P. 77–95.
6. Haken G. *Sinergetika. Ierarkhii neustoychivostey v samoorganizuyushchikhsya sistemakh i ustroystvakh* [Synergetics. The hierarchy of instabilities in self-organizing systems and devices]. Moscow, Mir Publ., 1985. 424 p.
7. Kuhn T. *Struktura nauchnykh revolyutsiy* [The Structure of scientific revolutions]. Moscow, AST Publ., 2003. 320 p.
8. Lebedev-Lyubimov A.N. *Psikhologiya dlya ekonomistov* [Psychology for economists]. Moscow, Yurite Publ., 2014. 328 p.
9. Lebedev-Lyubimov A.N. *Psikhologiya reklamy* [Psychology of advertising]. St. Petersburg, Peter Publ., 2007. 368 p.
10. Bestuzhev-Lada I.V. *Prognoznnoye obosnovaniye sotsial'nykh novovvedeniy* [Forecast rationale for social innovations]. Moscow, Nauka Publ., 1993. 240 p.
11. Toffler E.T. *Shok budushchego* [The Shock of the future]. Moscow, AST Publ., 2002. 557 p.
12. Moscovichi S. Sotsial'noye predstavlenie: istoricheskiy vzglyad [Social performance: a historical look]. *Psikhologicheskiy zhurnal* [Psychological journal]. 1995, V. 16., I. 1, pp. 3–18.
13. Lebedev A.N., Gordjakova O.V. Fenomen «shkol'noy fotografii»: sotsial'nye seti i sotsial'nye illyuzii [Phenomenon of a «school picture»: social networks and social illusions]. *Psikhologicheskie i psikhoanaliticheskie issledovaniya* [Psychological and psychoanalytic studies]. Moscow, Moscow Institute of psychoanalysis, the Center for strategic situation Publ., 2014, pp. 93–103.
14. Kahneman D, Tversky A. Choices, values and frames. New York: Cambridge University Press. 2000. 864 p.
15. Melnikov V.M., Yampolsky L.T. *Vvedeniye v eksperimental'nyuyu psikhologiyu lichnosti* [Introduction in experimental personality psychology]. Moscow, Prosveshenije Publ., 1985. 319 p.