

**Особенности проявления эффекта хиндсайта при решении задач на
нахождение отдаленных ассоциаций**

Научный руководитель – Гершкович Валерия Александровна

Колосовская Дарья Владимировна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет свободных искусств и наук, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: 3050120@gmail.com

Эффект хиндсайта (чувство «Я знал это заранее!») — тенденция человека при наличии итогового знания утверждать, что он оценил бы вероятность случившегося итога выше, чем на основании только предвосхищения [2]. Исследовательские дизайны, используемые в изучении хиндсайта, можно свести к двум типам: мнемическому и гипотетическому. В мнемических дизайнах акцент делается на искажении памяти, гипотетические же обращаются к метакогнитивным оценкам. Однако даже в мнемическом дизайне, согласно некоторым авторам, испытуемые помнят не ответ, а метакогнитивные чувства, которые они переживали [1]. Исследователи неоднократно высказывали гипотезы о связи хиндсайта с метакогнициями в инсайтных процессах [3]. Однако проверка подобных гипотез требует объединения методологии исследований памяти и процессов решения задач, что традиционно представляет проблему в когнитивной психологии.

Несмотря на то что изучение хиндсайта уже неоднократно проводилось на различных типах задач, не было исследований, применяющих специфические творческие задачи. Мы использовали разработанную на русском языке методику на поиск отдаленных ассоциаций (RAT - Remote associative test [4]), которая классически используется в исследованиях инсайта. В нашем исследовании, в котором применялся гипотетический дизайн, 62 участника случайным образом были распределены в одну из двух групп: «с решением» или «без решения». В каждой пробе (всего 90) сначала на пять секунд предъявлялась задача на нахождение отдаленных ассоциаций, после чего испытуемых просили оценить, смогли бы они найти решение самостоятельно или нет, отметив свой ответ на 4-балльной шкале («нет», «скорее нет», «скорее да», «да»). Как и предполагалось, у испытуемых из группы «с решением» наблюдалась переоценка субъективной легкости решения задачи: они давали более уверенную оценку на шкале, чем испытуемые из группы «без решения». Разница между двумя группами является статистически значимой как по стимулам ($U=2385$, $p<0,001$), так и по испытуемым ($U=244$, $p<0,001$).

Мы рассматриваем эти результаты как доказательство того, что эффект хиндсайта может возникать в инсайтных задачах, и что эффект был обнаружен в новых условиях на материале задач на поиск отдаленных ассоциаций. Этот результат демонстрирует плодотворный способ изучения ретроспективных искажений, основанных на метакогнитивных переживаниях. (При поддержке РФФИ, проект № 20-013-00532)

Источники и литература

- 1) Arnold, M.M., Lindsay, D.S. "I remember/know/guess that I knew it all along!": Subjective experience versus objective measures of the knew-it-all-along effect. *Mem Cogn* 35, 1854–1868 (2007).

- 2) Fischhoff, B. (1975). Hindsight 4: foresight: The effect of outcome knowledge on judgment under uncertainty. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 1, 288-299.
- 3) Kounios, J., & Beeman, M. (2015). *The eureka factor: Aha moments, creative insight, and the brain*. Random House.
- 4) Mednick, S. (1962). The Associative Basis of the Creative Process. *Psychological Review*, 69, 220-232