

Д.М. Егоров

Томский государственный университет (Томск, Россия)

Зависимость индивидуальных стратегий восприятия лжи от форм ее предъявления

Представлены и проанализированы результаты эмпирического исследования индивидуальных стратегий восприятия лжи. Выделены основные параметры, характеризующие то, как люди формируют стратегии восприятия лживого текста (организуют и направляют процесс понимания). Выявлены и описаны 8 основных параметров, характеризующих стратегии восприятия лжи. Выделены четыре направленности формирования индивидуальных стратегий восприятия лжи: мотивационные, когнитивные, аффективные и аутентификационные. Приведены результаты корреляционного анализа рефлексивной оценки восприятия трех форм лжи: текстовой, аудальной и аудиовизуальной. Описаны качества и своеобразие стратегий восприятия лжи. Проанализированы простые и сложные стратегии восприятия лжи. Ранжирование, оценивание и выбор предпочитаемых параметров представлены как стадии формирования стратегий восприятия лжи.

Ключевые слова: стратегия восприятия; виды стратегий; оценивание; ранжирование; выбор; ложь; направленность стратегии.

Введение

Изучение процессов распознавания лжи является актуальной темой современных психологических исследований. Особую важность эта проблема приобретает в связи с тенденциями развития индустрий, характерных для эпохи высоких технологий и пропаганды, так называемых «индустрий лжи», то есть систем, основанных на интенсивном информационном воздействии посредством правдоподобных, но по своей сути лживых текстов. Сегодня технические средства позволяют генерировать правдоподобные тексты, но системная цензура (и индивидуальная, и общественная) часто запаздывает, поскольку прочтение, оценка, квалификация, то есть понимание этих текстов, требует гораздо большего времени, чем их написание. В этой связи возникает специфическая психологическая ответственность за распознавание лжи, ложащаяся на человека. В нашем исследовании мы сосредоточились на экспериментальном изучении психологических стратегий восприятия человеком правдоподобного, но абсолютно лживого текста, текста, в котором изначально не было достоверных элементов или идей. Текст, стилизованный под информационное сообщение, был абсолютно вымышленным. Проведенное исследование показало, что

имеет место как вариативность, так и типичность индивидуальных стратегий восприятия лжи, что свидетельствует об индивидуальной свободе в восприятии лжи и внушает оптимизм по отношению к опасности, связанной с избытком и неконтролируемостью лжи в жизни современного человека.

Исследования психологии восприятия лжи имеют не длинную, но яркую историю. Пионером в изучении закономерностей распознавания лжи считается П. Экман [1]. Он сосредоточился на выявлении основных индикаторов ситуации обмана. Им были выделены и исследованы такие индикаторы, как голос, жесты, мимика, позы, речь, физиологические реакции. П. Экман показал, что распознавание лжи требует учитывать не отдельные индикаторы и их значения, а ансамбли реакций и индикаторов, поскольку понять восприятие лжи возможно, оставаясь только в контексте восприятия обмана, в том числе в контексте ответов, вопросов, тенденций и пр. О. Фрай отмечает, что знание этих индикаторов не привело к созданию эффективной методики распознавания обмана, хотя попытки распознавания обмана не бесполезны [2]. Работа П. Экмана, кроме всего прочего, важна тем, что создала основания для изучения проблемы распознавания лжи не только в масштабе бытия (существования, наличия лжи), но и в масштабе присутствия (экзистирования, переживания, становления лжи), с учетом не только содержаний и обстоятельств, но и тенденций, активностей, индивидуальности стратегий.

Ложь в данной статье рассматривается как психологическая система [3], то есть система, характеризующаяся усложнением и интенсивностью саморазвития. Соответственно, проблему изучения стратегий восприятия лжи предлагается решать на основании системно-антропологического подхода в психологии (учение о психологических системах). Объектом исследования выступают стратегии восприятия лжи, а предметом исследования – зависимость разнообразия стратегий восприятия лжи от формы ее предъявления, значимыми маркерами – характеристики усложнения и саморазвития индивидуального восприятия лжи.

В предыдущей статье [4] были выделены параметры оценивания, которые могут выступить как основные компоненты формирования индивидуальных стратегий восприятия лжи. В этой статье отражены результаты исследования вопроса о влиянии формы предъявления лжи на разнообразие индивидуальных стратегий.

Стратегиями восприятия лжи мы предлагаем обозначать индивидуализированные способы ранжирования, оценивания и отбора значимых параметров при формировании отношения к тексту. В данном исследовании рассматриваются индивидуальные стратегии в соответствии с формой предъявления лжи (текстовой, аудиальной и аудиовизуальной). На основании предыдущих результатов исследования [4] были отобраны 8 параметров, характеризующих направленность (то есть стратегию) восприятия сообщения: мотивационность (степень проявления интереса и вовлеченности), когнитивность (степень проявления понимания и логичности восприятия), аффективность (степень принятия, сопереживания и эмо-

циональности), аутентичность (степень проявления доверия, реалистичности и подлинности).

Была выдвинута следующая гипотеза исследования. Разнообразие стратегий восприятия лжи связано с формой ее предъявления. В качестве данных использовались рефлексивные мнения и оценки. Респондентам предлагался текст, после ознакомления с которым рекомендовалось произвести расстановку параметров в порядке убывающей значимости (от 1 до 8; порядковая шкала), оценить ложь посредством шкалы отношений (от -10 до +10) и произвести отбор тех параметров, которые являются значимыми для респондентов в отношении их опыта восприятия сообщения.

В дополнение были также сформулированы 2 рабочие гипотезы, которые позволяли ответить на вопрос о взаимосвязи параметров, входящих в состав стратегий.

Мы предположили, что если человек использует для характеристики текста и его восприятия несколько параметров, то его стратегию можно обозначить как сложную, и это выразится в наличии корреляций между четырьмя основными характеристиками. В случаях, когда люди для описания сообщения и своего восприятия используют один параметр, их индивидуальные стратегии можно считать простыми, о чем будет свидетельствовать распределение (дисперсия) значений.

Материалы и методики исследования

Объем выборки составил 100 человек из числа студентов колледжа и университета. Средний возраст участников 19 лет; возрастной диапазон – в пределах от 16 до 24 лет.

Независимая переменная. Основной независимой переменной выступала форма предъявления лжи. В соответствии с тремя значениями независимой переменной были сформированы 3 экспериментальные группы. Участникам первой экспериментальной группы (33 человека), предъявлялась ложь в форме текстового сообщения. Второй группе (34 человека) предъявлялось аудиальное сообщение. Наконец, третьей экспериментальной группе (33 человека) предлагали видеосообщение. Содержание сообщений было одинаковым. Это был текст, стилизованный под новостное сообщение.

Зависимые переменные:

– Индивидуальные оценки респондентов текста и его восприятия. Эти показатели выражались в подсчете средних значений оценивания по каждому из 8 параметров.

– Индивидуальные ранжирования параметров, характеризующих текст и его восприятие. Сравнивались варианты распределений участниками 8 параметров в порядке убывания значимости.

– Индивидуальные выборы (предпочтения) параметров, характеризующих текст и его восприятие. Производились подсчеты значимых выбо-

ров параметров, а также выделения типа направленности на основании таких выборов.

Методика исследования. Был составлен текст, стилизованный как новостное сообщение, в котором описывались вымышленные события военного конфликта, произошедшего в неопределенном прошлом. Были подготовлены три версии предъявления текста: распечатка, аудиосообщение, видеосообщение. В варианте видео голосовое сообщение было синхронизировано с видеорядом, изображавшим военный конфликт. Каждой группе респондентов предъявлялся один из трех вариантов сообщения: в форме якобы отрывка из газетного текста, радиосообщения и телевизионного сообщения. В целях контроля установки участникам предлагалась инструкция, располагающая к спокойному, неспешному восприятию сообщения, в инструкции экспериментатор просил респондента поучаствовать в исследовании психологии восприятия, для чего прочитать, послушать или посмотреть предлагаемое сообщение и оценить его. О происхождении сообщений более ничего не говорилось. Каждому участнику в зависимости от формы лжи предлагался бланк, в котором необходимо было в определенной последовательности произвести ранжирование параметров, оценивание сообщения по этим параметрам и итоговый выбор предпочитаемых параметров с точки зрения участников для адекватного восприятия и оценивания этого сообщения. Процедура ранжирования осуществлялась после первого взаимодействия с сообщением путем распределения параметров в порядке убывания значимости, через присвоение порядкового номера. Процедура оценивания осуществлялась по каждому параметру путем введения на шкале числа или области чисел. Наконец, процедура выбора предпочитаемых для восприятия сообщения параметров производилась после ранжирования и оценивания. Этот выбор находился в диапазоне от 1 до 8 параметров. Количество прочтений, прослушиваний и просмотров сообщения было произвольным, а точнее, столько раз, сколько решит участник исследования.

Участникам предлагались информационное письмо и бланк письменного согласия на участие в исследовании. Данные, подготовленные для обработки, исключали персональную информацию.

Из статистических процедур использовались однофакторный дисперсионный анализ для оценивания лжи по всем параметрам, корреляционный анализ результатов оценивания; сравнение частот по критерию Хи-квадрат применялось для процедуры отбора предпочитаемых параметров.

Результаты исследования

Представим основные экспериментальные данные в форме диаграмм и матриц.

Для начала приведем коррелограммы, а в конце представим результаты дисперсионного анализа и теста Хи-квадрат.

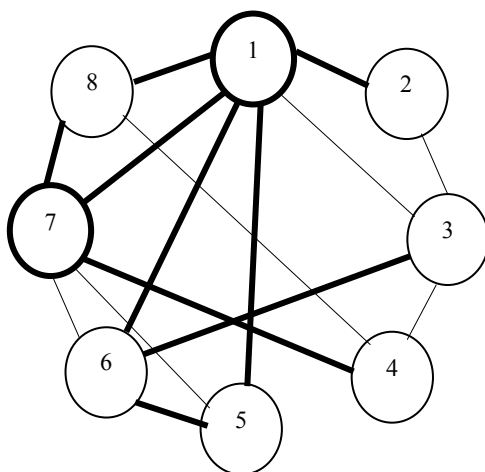


Рис. 1. Коррелограмма параметров для текстовой формы лжи:
 1 – интерес; 2 – вовлеченность; 3 – понимание; 4 – логичность; 5 – переживание;
 6 – эмоциональность; 7 – доверие; 8 – реалистичность;
 $p < 0,05$; $0,36 < r < 0,43$;
 $p < 0,01$; $0,43 < r < 1$

На рис. 1 можно увидеть, что наибольшее число статистически значимых корреляционных связей, имеют такие параметры, как: *интерес* (за ним следуют по убывающей: вовлеченность, понимание, переживание, эмоциональность, доверие, реалистичность) и *доверие* (соответственно: интерес, понимание, логичность, переживание, эмоциональность, реалистичность). Можно предположить, что усложнение стратегий восприятия лжи связано с аспектами мотивационности и аутентичности. Остальные параметры имеют от 3 до 4 статистически значимых и очень тесных связей. Такое количество корреляционных связей может означать, что имеет место образование сложных (направленностей) стратегий в ответ на восприятие текстовой формы лжи. Можно сказать, что уменьшение числа корреляций параметров, образующих когнитивность и аффективность, говорит о возможной тенденции к усложнению по этим аспектам в других контекстах восприятия. В нашем случае в контексте другой формы предъявления лживого сообщения (это что значит?) следует отметить обратную связь между реалистичностью и числом обращений к тексту. Реалистичность лжи оценивалась тем выше, чем меньше обращались к тексту испытуемые.

Ниже приведем более подробный теоретический анализ коэффициентов. Здесь же отметим только то, что большая часть параметров взаимосвязана, что говорит о нормальности сложных стратегий восприятия лжи.

На рис. 2 можно видеть, что наибольшее число статистически значимых и тесных связей имеют такие параметры, как *понимание* (далее по убывающей: интерес, вовлеченность, логичность, переживание, доверие и

реалистичность) и *переживание* (далее, соответственно, интерес, вовлеченность, понимание, логичность и эмоциональность). Когнитивность и аффективность также составляют основу усложнения стратегий восприятия лжи.

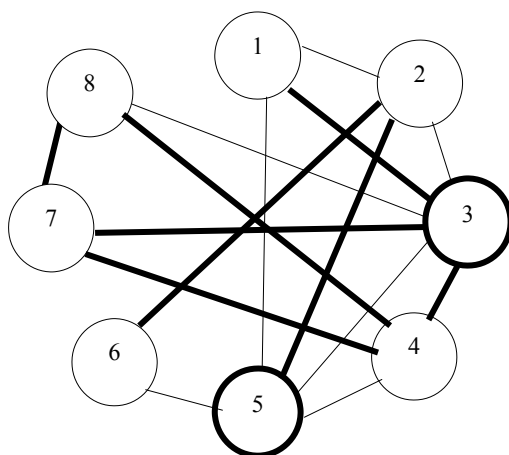


Рис. 2. Коррелограмма параметров для аудиальной формы лжи:
 1 – интерес; 2 – вовлеченность; 3 – понимание; 4 – логичность; 5 – переживание;
 6 – эмоциональность; 7 – доверие; 8 – реалистичность;
 ————— $p < 0,05$; $0,36 < r < 0,43$;
 ————— $p < 0,01$; $0,43 < r < 1$

Следует отметить, что параметр «интерес» в случае с аудиальной формой предъявления лжи потерял половину статистически значимых связей в сравнении с текстовой формой. Кроме того, у интереса на уровне этой формы лжи появилась новая обратная связь с числом обращений к сообщению. Можно видеть, что чем выше был интерес испытуемых, тем ниже число обращений и наоборот. В целом наблюдается тенденция к стабилизации числа корреляционных связей. Можно предположить, что по мере повторения ложь становится очевиднее, если человек склонен к сложным стратегиям восприятия.

Для рис. 3 можно отметить, что наибольшее число корреляционных связей имеют такие параметры, как *интерес*, *реалистичность*, *доверие*, *переживание*, *эмоциональность*, *логичность* и *понимание*. Эти параметры имеют по 6 и 7 тесных и значимых связей. Для корреляций этой формы лжи наблюдается максимальная тенденция к установлению связей между всеми параметрами. В этой матрице исчезла связь между интересом и числом обращений к видеосообщению, она перешла в тенденцию, имеющую прямую зависимость. Можно предположить, что усложнение стратегий восприятия связано с тенденциями увеличения числа взаимосвязей между всеми параметрами восприятия в ответ на усложняющийся контекст восприятия лжи; в данном случае видеоформа содержала в своем составе

ложь, представленную как несоответствие между аудиальной и визуальной формами лживого сообщения.

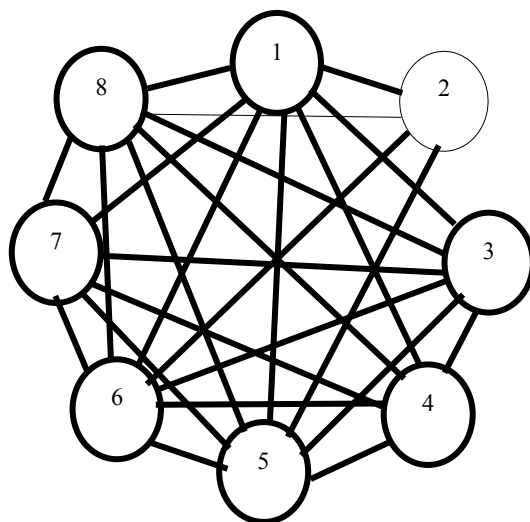


Рис. 3. Коррелограмма параметров для аудио-визуальной формы лжи:
 1 – интерес; 2 – вовлеченность; 3 – понимание; 4 – логичность;
 5 – переживание; 6 – эмоциональность; 7 – доверие; 8 – реалистичность;
 ————— $p < 0,05; 0,36 < r < 0,55$;
 ————— $p < 0,01; 0,55 < r < 1$

Наконец, приведем результаты дисперсионного анализа и теста Хи-квадрат, которые помогут ответить на вопрос о наличии или отсутствии статистически достоверных различий в оценивании по параметрам, а также в значимых выборах параметров в зависимости от формы предъявления лжи.

Результаты проверки показывают, что достоверно различаются средние значения по параметру реалистичности $F = 3,697$; $\alpha = 0,028$ и числу обращений к сообщению $F = 11,311$; $\alpha = 0,000...$ Можно отметить как тенденцию к различению средних значений по параметру эмоциональность, где при $F = 2,906$ значимость $\alpha = 0,059$.

Приведем результаты качественного анализа стратегий восприятия лжи, полученные на основе устного опроса участников исследования.

Таблица иллюстрирует, что каждому из четырех типов стратегий присущи качественные своеобразия. Оценка параметров в соответствии с выделенными типами стратегий показала различия в суждениях испытуемых относительно каждого типа. Мотивационность характеризовалась в контексте интереса к содержанию лжи. Когнитивность определялась участниками через осмысление и удобность понимания текста, аффективность – посредством эмоций, которые вызывали у них формы предъявления лжи. Наконец, аутентичность выражалась через реалистичность и доверие к тексту.

Характеристика стратегий восприятия лжи

Тип стратегии	Основная характеристика стратегий для 3 форм лжи		
	Текстовая	Аудиальная	Аудиовизуальная
Мотивационная	Заинтересованность содержанием текста нейтральная	Средняя либо низкая заинтересованность	Чаще высокая заинтересованность
Когнитивная	Акцент на понимании текста, на логичности переходов в тексте	Акцент на понимании и осмыслении того, что говорят	Акцент на понимании видеоряда, чаще отсутствует учет голоса диктора
Аффективная	Эмоциональность и переживание чаще носят нейтральный характер	Эмоциональность и переживания в большей мере имеют негативный характер по причине голоса диктора	Переживания и эмоциональность носят как негативный, так и позитивный характер с элементами сочувствия. Голос воспринимается чаще как нейтральный
Аутентичная	Уровень реалистичности низкий, чаще не доверяют содержанию	Уровень реалистичности и доверия на среднем уровне	Высокий уровень реалистичности лжи. Акцент на видеоряде

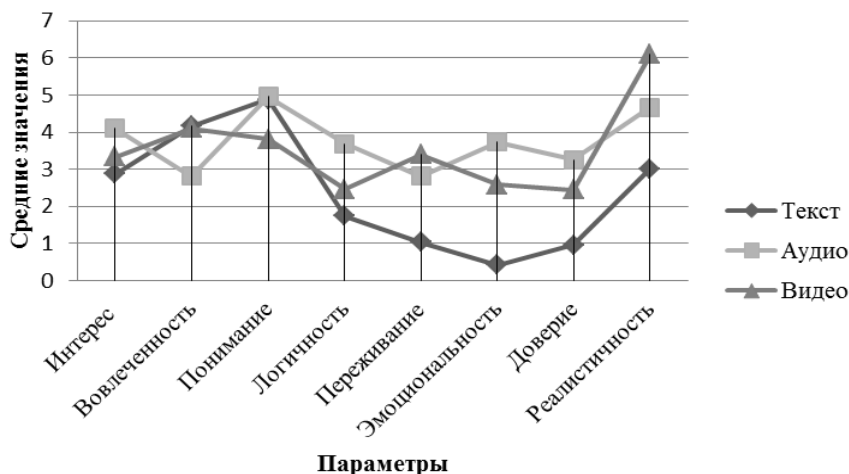


Рис. 4. Распределение результатов оценивания лжи в зависимости от формы предъявления

На рис. 4 можно видеть распределение результатов оценивания в зависимости от формы предъявления лживого сообщения. Средние результаты по эмоциональности равняются для текстовой формы 0,4, для аудиальной – 3,7, для видеоформы – 2,6. Средние значения по реалистичности лжи равняются для текстовой формы 3, для аудиальной – 4,7, для видеоформы – 6,1. Такие различия можно наблюдать не только для параметров, ко-

торые образуют аутентичные стратегии, но и для параметров, образующих аффективные стратегии восприятия лжи. Мы также можем видеть, что мотивационные и когнитивные параметры по средним результатам оценивания лжи минимально различаются. Эти различия мы склонны связывать с формированием различных по знаку и типу направленности отношений к лживому сообщению, а причиной таких различий выступает усложняющийся по форме предъявления контекст.



Рис. 5. Процентное распределение типов стратегий

Диаграмма показывает преобладающее число 2-составных и 3-составных стратегий. При этом в текстовой группе наблюдается ярко выраженное преобладание 2-составных стратегий и явное уменьшение 1-составных стратегий в той же группе по сравнению с аудиальной и аудиовизуальной группами. В текстовой группе отсутствует вариант 4-составных стратегий. Возникает вопрос, можно ли считать распределение стратегий по составу в зависимости от формы лжи неслучайным? На данный вопрос мы ответим позднее при помощи теста Хи-квадрат.

Отвечая на вопрос о различиях по количественному составу типов направленностей в стратегиях в зависимости от формы предъявления лжи можно сказать, что значение критерия χ^2 достигает 13,651. Критическое значение χ^2 при уровне значимости $p < 0,05$ составляет 12,592. Связь между факторным и результативным признаками статистически значима при $p < 0,05$.

Результаты процедуры ранжирования параметров показали, что чаще других параметров на первое место испытуемые выставляли интерес, на второе место – понимание. Последние же места в этой процедуре занимали параметры доверия и логичности. Ниже мы вернемся к обсуждению данной процедуры, которую считаем в соответствии с нашими теоретическими представлениями важным моментом в формировании стратегий восприятия лжи.

Обсуждение и анализ результатов исследования

Попытаемся проанализировать и объяснить полученные результаты исследования. Начнем анализ с основной гипотезы исследования.

Во-первых, на вопрос о том, существуют ли многообразие стратегий восприятия лжи, в рамках проведенного эксперимента можно ответить утвердительно. Участники использовали разнообразные типы стратегий. Преобладающими, как и предполагалось, оказались сложные типы, а именно: мотивационно-когнитивные, когнитивно-аффективные, мотивационно-когнитивно-аутентичные. Участники использовали и простые стратегии, которые состояли из одного параметра оценивания и восприятия.

Во-вторых, исследование ранжирования и отбора предпочитаемых параметров для восприятия сообщения позволило показать, что значительный вклад в восприятие лжи вносит инициатива воспринимающего; формирование индивидуальной стратегии восприятия лживого сообщения проходило по пути инициативного восприятия и характеризовалось тенденциями саморазвития и усложнения. Действительно, в процессе ранжирования участники формировали определенный ряд из предложенных параметров по степени значимости для восприятия лживого сообщения. Ранжирование различалось в зависимости от формы предъявления лживого сообщения. В ранжировании параметров для текстовой формы лжи преобладали интерес, понимание, в ранжировании параметров для аудиальной формы лжи – понимание, интерес, реалистичность, в ранжировании параметров для аудиовизуальной формы лжи – понимание, переживание, эмоциональность.

В-третьих, рабочие предположения нашли свое подтверждение. Были обнаружены корреляционные связи между большинством параметров, образующих четыре типа направленности восприятия. Эти данные позволяют утверждать преобладание сложных стратегий восприятия лжи.

В-четвертых, форма предъявления лжи достоверно влияла на количественный и качественный состав стратегий. Действительно, участники, которым предъявляли текстовую форму лжи, использовали в основной массе 2-составные стратегии, которые носили преимущественно мотивационно-когнитивную направленность. Участники аудиальной и аудиовизуальной группы использовали наряду с 2-составными 3- и 4-составные стратегии восприятия. В аудиальной группе преобладали мотивационно-аутентичные стратегии с включением когнитивных компонент, а в аудиовизуальной – наблюдалось преобладание когнитивно-аффективных стратегий с включением как мотивационных, так и аутентичных компонент. Такой результат можно объяснить тем, что ложь, предъявляемая в текстовой форме, когда человек мог зрительно и умственно контролировать восприятие и анализ текста, актуализировала стратегии восприятия более простые, в нашем случае 2-составные. И наоборот, аудиальная форма, где представлен только голос, и тем более аудиовизуальная форма, где с голосом сочетался видеоряд сцен военных действий и насилия, приводили к усложнению стратегии восприятия лжи. Другими словами, с позиций теории пси-

хологических систем мы наблюдали количественное (число направленно-стей) и качественное (тип направленности) усложнение стратегий восприятия с усложнением формы лжи.

В-пятых, были обнаружены достоверные различия в средних значениях для параметра реалистичности и числа обращений к содержанию лжи. Наибольшую оценку реалистичности лжи продемонстрировали участники аудиовизуальной группы, наименьшие оценки – участники текстовой группы. Форма выступила в качестве основного фактора, который определил различия в оценивании реалистичности.

В-шестых, число обращений к содержанию лжи также достоверно различалось в зависимости от формы лжи. Наибольшее число обращений демонстрировали участники текстовой группы, а наименьшее – аудиальной.

Наконец, в зависимости от формы лжи в стратегиях восприятия были выделены устойчивые и изменчивые параметры. Так, к числу устойчивых параметров, которые преобладали во всех трех экспериментальных группах, были выделены интерес и понимание. Эти параметры выступали в качестве преобладающего выбора испытуемыми независимо от формы предъявления лжи. В качестве изменчивых были представлены параметры логичности и переживания, которые имели тенденцию к изменению в зависимости от формы предъявления лжи.

Полученные результаты экспериментального и корреляционного исследования стратегий восприятия лжи могут иметь большое практическое и теоретическое значение. Практическая польза от полученных результатов связана с феноменом манипулирования общественным мнением, а также с разработкой технологий изменения индивидуального и общественного сознания в условиях информационных войн. Эти результаты, вероятно, способны помочь в создании методов и технологий, препятствующих манипуляциям с индивидуальным и общественным мнением. В теоретическом плане такие результаты будут способствовать уточнению и расширению области исследований, связанных с обманом и ложью, в контексте стратегий восприятия.

Наконец, остается наметить пути дальнейших исследований. Обычно стратегии рассматривались в контексте мыслительного процесса, через выдвижение гипотез [5]. Стратегии восприятия лжи в статье представлены через процессы ранжирования, оценивания и отбора, в контексте теории психологических систем, которым присущи свойства усложнения и саморазвития [6]. Мы также были ориентированы только на феномен лжи. Вместе с тем рассмотрение обмана вне ее противоположности можно считать односторонним. В этой связи, с нашей точки зрения, целесообразно исследовать стратегии восприятия правды в контексте выделенных нами процедур и методов исследования. Недостаточно изучены и динамические характеристики стратегий восприятия лжи и правды. Организация и проведение такого рода исследований позволит получить ответы на сформулированные вопросы.

Литература

1. Экман П. Психология лжи. СПб. : Питер, 2007. 185с.
2. Стилль человека: психологический анализ / под ред. А.В. Либины. М. : Смысл, 1998. 310 с.
3. Ключко В.Е., Галажинский Э.В., Краснорядцева О.М., Лукьянов О.В. Системная антропологическая психология: понятийный аппарат // Сибирский психологический журнал. 2015. № 56. С. 9–20.
4. Егоров Д.М. Сравнительный анализ стратегий восприятия лжи, предъявляемой в письменной и аудиальной форме // Вестник Омского государственного университета. 2015. № 397. С. 191–198.
5. Дж. Брунер. Основы психологии познания. М., 1977. 464 с.
6. Ключко В.Е. Постнеклассическая наука и проблема объяснения в психологии // Методология и история психологии. 2008. Т. 3, № 1. С. 165–178.
7. Лукьянов О.В. Принцип транстемпоральности в решении вопроса успешности и актуальности психологической практики // Сибирский психологический журнал. 2007. № 25. С. 59–66.

Поступила в редакцию 01.04.2016 г.; повторно 14.04.2016 г.; принята 26.04.2016 г.

ЕГОРОВ Дмитрий Михайлович, аспирант Томского государственного университета (Томск, Россия).

E-mail: e_dima@bk.ru

RELATION BETWEEN INDIVIDUAL STRATEGIES OF LIE PERCEPTION AND FORMS OF ITS PRESENTATION

Siberian journal of psychology, 2016, 60, 40–52. DOI: 10.17223/17267080/60/3

Egorov Dmitry M. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation)

E-mail: e_dima@bk.ru

Keywords: strategy of perception; types of strategies; evaluation, ranking; selection; lie; intention of a strategy.

The article is devoted to the study of diverse individual strategies to perceive lies, and relation between their formation and the forms in which false texts are presented. In this study we consider a lie as a psychological system the meaning of which is objectified in the process of complication and intensification of perception (self-development). The problem of studying the strategies of lies perception is explored on the basis of the systemic-anthropological approach. The study showed that there is a variability and typicality of individual strategies of perception of lies.

Results and discussions.

The data for the study were opinions and assessments of respondents from three groups, differing by the form of presentation of the stimulus material.

The results showed that with this type of the study design (when stimulus material was presented as a short news report) participants use both simple and complex strategies of perception of false messages. In a group of participants, in which the message was presented in a text form, motivational cognitive strategies prevailed. In the “auditory group” of participants cognitive-affective strategies with elements of motivational intention were dominating. In the “audio-visual group” motivational-affective and cognitive strategies with elements of authentic intention were predominant.

Statistically significant differences were found for the parameter “realism”, and the number of references to the text. The form of presentation of lies influenced the level of assessment to the specified parameter. The lowest values of the level of assessment of the parameter

“realism” was demonstrated by the participants from the “text group”. The highest value for the same parameter was demonstrated by the participants from the “audio-visual” group.

Correlation analysis showed a close relation between the majorities of parameters. In the “text group” the complication of the strategies for perception of lies was performed on motivational-authentic way. In the “auditory group” the complication of the strategies for perception of lies was performed on cognitive-affective way. Finally, the participants from the “audio-visual group” demonstrated the complication process in all types of intentions.

Conclusion

The study revealed different types of strategies for perception of lies. The relation between individual perception strategies and the form of presentation of false messages was discovered. Stable and changeable components of strategies were identified. Stable components include motivational and cognitive. Changeable components are affectivity and authenticity.

These findings may be used in the development of technologies to counter manipulations of social and individual consciousness.

References

1. Ekman, P. (2007) *Psikhologiya lzhi* [The Psychology of Lie]. Translated from English. St. Petersburg: Piter.
2. Libin, A.V. (ed.) (1998) *Stil' cheloveka: psikhologicheskiy analiz* [The style of a person: psychological analysis]. Moscow: Smysl.
3. Klochko, V.E., Galazhinskiy, E.V., Krasnoryadtseva, O.M. & Luk'yanov, O.V. (2015) The system anthropological psychology: Framework of categories. *Sibirskiy psikhologicheskiy zhurnal – Siberian Journal of Psychology*. 56. pp. 9-20. (In Russian). DOI: 10.17223/17267080/56/2
4. Egorov, D.M. (2015) A comparative analysis of perception of lies presented in written and audio forms. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*. 397. pp. 191-198. (In Russian). DOI: 10.17223/15617793/397/34
5. Bruner, G. (1977) *Psikhologiya poznaniya* [Cognitive psychology]. Moscow: Progress.
6. Klochko, V.E. (2008) Postneklassicheskaya nauka i problema ob'yasneniya v psikhologii [Postnonclassical science and the problem of explanation in psychology]. *Metodologiya i istoriya psikhologii – Methodology and History of Psychology*. 3(1). pp. 165-178.
7. Lukyanov, O.V. (2007) Principle of transtemporality in psychological practice. *Sibirskiy psikhologicheskiy zhurnal – Siberian Journal of Psychology*. 25. pp. 59-66. (In Russian).

Received 01.04.2016;

Revised 14.04.2016;

Accepted 26.04.2016