Дэвид Майерс

Социальная психология

(David Myers "Social Psychology", 7th ed., 2002)

Эта книга, одновременно строго научная и человечная, наполнена фактами и интригующей информацией, что делает её чтение не только познавательным, но и увлекательным. В ней описаны фундаментальные принципы социального мышления, социального влияния и социального поведения, а также разнообразные эксперименты и последние исследования. Книга будет полезна не только психологам, но и социологам, философам, политологам.

Содержание

Об авторе
Предисловие
Глава 1. Введение в социальную психологию
- Социальная психология и смежные дисциплины
- Социальная психология и человеческие ценности
- Феномен «Так я и знал!»: можно ли поставить знак равенства между социальной психологией и здравым смыслом?
- Как работают социальные психологи
- Постскриптум автора. Что побудило меня написать эту книгу?

Часть I. Социальное мышление

Глава 2. Я в социальном мире
- Я-концепция: кто Я?
- Осознанный самоконтроль
- Предрасположение в пользу своего Я
- Самопрезентация
- Постскриптум автора. Двуликая истина: опасности, подстерегающие гордеца, и сила позитивного мышления

Глава 3. Социальные убеждения и суждения
- Как мы объясняем поступки окружающих
- Конструирование интерпретаций и воспоминаний
- Как мы судим об окружающих
- Самореализующиеся убеждения
- Постскриптум автора. Размышления о силе и слабостях интуиции

Глава 4. Поведение и установки
- Определяют ли установки поведение
- Определяет ли поведение установки?
- Почему поступки влияют на установки
- Постскриптум автора. Изменяя себя через действие

Часть II. Социальное влияние

Глава 5. Гены, культура и гендер
- Природа человека и культурные различия
- Гендерные различия и сходства
- Эволюция и гендер: делать то, что предначертано природой?
- Культура и пол
- Постскриптум автора. Кто мы такие? Создатели наших социальных миров или их создания?

Глава 6. Конформизм
- Классические исследования

Когда проявляется конформизм?
Почему проявляется конформизм?
Кто проявляет конформизм?
Сопротивление социальному давлению
Постскриптум автора. Быть членом общества и оставаться индивидуальностью
Глава 7. Убеждение
Способы убеждения
Слагаемые убеждения
Примеры исследований в области убеждающего воздействия: как секты вербуют сторонников
Сопротивление убеждению: прививка установок
Постскриптум автора. Быть открытым, но не легковерным
Глава 8. Влияние группы
Что такое группа
Социальная фасилитация
Социальная леность
Деиндивидуализация
Групповая поляризация
Огруппленное мышление
Влияние меньшинства
Постскриптум автора. Вредны ли для нас группы?
Часть III. Социальные отношения
Глава 9. Предрассудки: антипатия к другим
Природа и власть предрассудков
Социальные источники предрассудков
Эмоциональные источники предрассудков
Когнитивные источники предрассудков
Постскриптум автора. Можем ли мы победить предрассудки?
Глава 10. Агрессия: причинение вреда другим
Что такое агрессия?
Теории агрессии
Факторы, провоцирующие агрессию
Ослабление агрессии
Постскриптум автора. Реформирование культуры, проповедующей насилие
Глава 11. Влечение и близость, дружба и любовь
Дружба
Любовь
Поддержание близких взаимоотношений
Завершение отношений
Постскриптум автора. Искусство любить и быть любимым
Глава 12. Альтруизм: помощь другим
Почему люди помогают друг другу?
Когда мы помогаем друг другу?
Кому мы помогаем?
Как сделать оказание помощи более распространенным явлением?
Постскриптум автора. Внедрение социальной психологии в жизнь
Глава 13. Конфликт и примирение
Конфликт
Примирение
Постскриптум автора. Коммунитаризм
Модули. Прикладная социальная психология
Модуль А. Социальная психология в клинике
Как клинические психологи выносят свои суждения
Социальное познание и проблемное поведение

Социально-психологический подход к лечению
Социальная поддержка и благополучие
Постскриптум автора. Как быть счастливым?
Модуль Б. Социальная психология и правосудие
Показания свидетелей
Другие источники влияния на суждения
Присяжные как индивидуальности
Жюри присяжных как группа
Из лаборатории — в жизнь: настоящие жюри присяжных и их имитации
Постскриптум автора. Психологическая наука формирует критическое мышление
Модуль В. Социальная психология и надежное будущее
Глобальный кризис
Социальная психология материализма и умеренности
На пути к разумному потреблению
Постскриптум автора. Послесловие
Глоссарий
Алфавитный указатель

Об авторе

Дэвид Дж. Майерс — профессор психологии Хоуп-колледжа в штате Мичиган. Он не только блестящий педагог, но и выдающийся ученый: за исследования групповой поляризации Американская психологическая ассоциация (9-е отделение) присудила ему премию Гордона Оллпорта. Его научные статьи опубликованы более чем в двух десятках журналов. Д. Майерс — редактор-консультант журналов *Journal of Experimental Social Psychology* и *The Journal of Personality and Social Psychology*, автор десятков книг, в том числе научно-популярных.

Предисловие

Когда мне впервые предложили написать этот учебник, я представил себе книгу, которая должна быть одновременно строго научной и человечной, наполненной проверенными фактами и интригующей. Она должна рассказывать о социальной психологии не менее увлекательно, чем репортер-криминалист рассказывает о каком-либо расследовании, а для этого в ней должны быть как обобщенные результаты самых последних исследований важнейших социальных явлений, так и сведения о том, как ученые изучают и интерпретируют их. Материал должен быть изложен достаточно полно, но он также должен и стимулировать *мышление* студентов — их готовность вникать в суть проблем, анализировать их и соотносить принципы науки с тем, что происходит в реальной жизни.

Как же автор должен отбирать материал для «достаточно полного» вводного учебника в ту дисциплину, которой занимается? Материал, который воспринимался бы как цельное повествование, но при этом не отпугивал бы своей громоздкостью, потому что его можно усваивать и по частям? И я решил представить те теории и данные, которые, с одной стороны, вполне доступны рядовому студенту, а с другой — не освещаются в иных курсах по социологии или психологии, и при этом обратить основное внимание на материал, который дает возможность изложить социальную психологию в духе интеллектуальной традиции, присущей гуманитарным наукам. Гуманитарное образование, которое обращается к шедеврам литературы и к величайшим достижениям философии и науки, развивает наше мышление, расширяет наш кругозор и освобождает нас от власти сиюминутного. Внести свой вклад в достижение этих целей может и социальная психология.

Лишь немногие из тех, кто в студенческие годы изучает психологию, становятся профессиональными психологами, едва ли не все избирают другие специальности. Сосредоточившись на аспектах этой науки, важных с гуманистической точки зрения, можно изложить ее фундаментальное содержание таким образом, что она будет полезной всем студентам и окажет на них стимулирующее

воздействие.

Социальная психология — это настоящий праздник идей! На протяжении всей истории человечества социальное поведение человека научно изучалось лишь в течение одного века, того самого, который недавно завершился. Если принять во внимание, что мы находимся лишь в самом начале пути, можно сказать, что достигнутые результаты делают нам честь. Мы обогатились важными сведениями об убеждениях и иллюзиях, о любви и ненависти, о конформизме и независимости.

Хотя многое в поведении человека еще остается загадкой, социальная психология уже сегодня может частично ответить на многие интригующие вопросы:

— Станут ли люди вести себя по-другому, если они сначала воспримут новые установки? Если да, то какой способ убеждения наиболее эффективен?

— Почему люди иногда помогают, а иногда причиняют вред друг другу?

— Как возникают социальные конфликты и что нужно сделать для того, чтобы его участники разжали кулаки и пожали друг другу руки?

Ответы на эти вопросы — а именно в этом и заключается моя миссия как автора данной книги — позволяют нам лучше понять самих себя и те социальные силы, которые воздействуют на нас.

Как построен учебник?

Изложение основного курса предваряет отдельная глава, которая знакомит читателя с методами социально-психологических исследований. Она также предупреждает студентов о том, что результаты, уже ставшие известными, могут восприниматься как нечто само собой разумеющееся, и о том, что собственные нравственные ценности социальных психологов проникают в изучаемую ими науку. Задача, которую ставил перед собой автор, работая над этой главой, заключалась в том, чтобы подготовить студентов к восприятию изложенного в остальных главах.

Книга построена в соответствии с приведенным в ней определением социальной психологии как науки о том, как люди *думают* друг о друге (часть I), влияют друг на друга (часть II) и *относятся* друг к другу (часть III).

Часть I посвящена *социальному мышлению*, т. е. тому, как мы воспринимаем самих себя и окружающих. В ней приводится оценка точности наших впечатлений, интуиции и объяснений.

В части II рассматривается *социальное влияние*. Отдавая должное культурным источникам наших установок и изучив природу конформизма, убеждения и огруппленного мышления, мы можем лучше понять воздействующие на нас скрытые социальные силы.

Часть III посвящена проявлениям как негативных, так и позитивных *социальных отношений* (в форме установок и поведения). Она построена таким образом: рассказу об агрессии предшествует изложение материала о предрассудках, а рассказу об альтруизме — материал о взаимных склонностях людей; завершается она рассмотрением динамики конфликта и его разрешения.

О практическом использовании результатов социально-психологических исследований рассказывается как в каждой главе, так и в отдельной главе «Прикладная социальная психология», состоящей из трех самостоятельных модулей: «Социальная психология в клинике», «Социальная психология и правосудие» и «Социальная психология и надежное будущее».

В этом издании, так же как и в предыдущем, большое внимание уделено различным культурам, в чем можно убедиться, в частности, на примере главы 6, в которой рассказывается о роли культурных традиций; об этом же свидетельствует и использование во всех главах книги результатов исследований, проведенных в разных странах. Все авторы — дети своей культуры, и я не исключение. И все же благодаря знакомству с мировой психологической литературой, переписке с исследователями, живущими в разных уголках земного шара, и поездкам за границу у меня появилась возможность представить читателям из разных стран мир социальной психологии. Основное внимание, как и в предыдущих изданиях, уделяется *фундаментальным принципам социального мышления, социального влияния и социального поведения в том виде, в каком они сформулированы на основании результатов тщательно проведенных экспериментальных исследований*. В надежде расширить наши представления о той единой семье, которая зовется человечеством, я стремился проиллюстрировать эти принципы транснациональными примерами.

Чтобы облегчить читателям изучение этой книги, я вновь разделил каждую главу на три или

четыре не очень объемных раздела. Каждому разделу предпослан небольшой анонс, а завершает его резюме, систематизирующее содержание раздела и подчеркивающее ключевые концепции.

Веря, как и Торо, в то, что «обо всем живом можно просто и естественно написать понятным языком», я, работая над каждым параграфом, стремился к созданию как можно более увлекательного и полезного учебника. Благодаря новому художественному оформлению книги рисунки и фотографии приобрели б*о*льшую выразительность. Как и в предыдущем издании, в конце книги приводится глоссарий, в котором расшифровываются термины, использованные в ходе изложения.

Хотя на обложке этой книги стоит только одно имя, на самом деле в ее создании участвовал большой коллектив ученых. Несмотря на то, что никто из них не несет никакой ответственности за написанное мною и на то, что не все они и не во всем согласны со мной, их замечания и предложения, бесспорно, пошли мне на пользу.

В книге сохранены многие из тех полезных замечаний и усовершенствований, которые были сделаны консультантами и рецензентами первых шести изданий. И я искренне признателен каждому из них.

Неоценимую помощь оказали мне *Hope College* (штат Мичиган) и *University of St. Andres* (Шотландия). Благодаря людям, работающим в этих учебных заведениях, и царящей в них обстановке я получил удовольствие от самого процесса «вынашивания» «Социальной психологии». В *Hope College* поэт Джек Ридл помог мне обрести ту интонацию, которую вы услышите, когда начнете читать эту книгу, а Кэти Адамски вновь вложила в нее свою доброжелательность и секретарский талант. Филлис и Рик Вандервельде справлялись со всеми рисунками исключительно профессионально и быстро. Кэтрин Браунсон, Дженнифер Хюбер и Рейчел Браунсон работали над библиографией, корректурой и выполняли всю канцелярскую работу. Кэтрин Браунсон, кроме того, работала над созданием новой рубрики «Социальная психология в моей работе», ею выполнена и б*о*льшая часть такого неблагодарного труда, как составление авторского указателя и постраничная сверка ссылок.

Если бы не издательство *McGraw-Hill* в лице Нельсона Блэка, мне в голову никогда не пришла бы идея написать учебник. Элисон Меершаерт руководила версткой первого издания. Ребекка Хоуп и Шарон Гири помогли мне составить план седьмого издания и учебных пособий, являющихся приложением к нему. Руководитель проекта Сьюзн Браш, при активном участии редактора Лори Бэрон, терпеливо руководила процессом превращения рукописи в готовую книгу.

Я искренне благодарю всех, кто помогал мне и поддерживал меня. Сотрудничество с ними превратило создание этой книги в приятное и увлекательное занятие.

Дэвид Дж. Майерс
davidmyers.org

Глава 1. Введение в социальную психологию

Когда-то давно жил-был один мужчина, его вторая жена была тщеславной и эгоистичной женщиной. У нее были две дочери, такие же самодовольные и эгоистичные, как она сама. В отличие от них Золушка — а именно так звали родную дочь мужчины — была славной и доброй девушкой. Она рано поняла, что ей лучше не роптать, а подчиняться приказам надменных сводных сестер и молча сносить все их оскорбления.

Но однажды, благодаря своей крестной, искусной волшебнице, Золушке удалось убежать из дома, и она оказалась на придворном балу, где ее увидел красавец-принц. Когда же позднее вспыхнувшая в сердце юноши любовь привела его в убогое жилище Золушки, он сначала не узнал ее.

Невероятно? Но сказка заставляет нас поверить во власть ситуации. Дома, в присутствии властной мачехи, играя роль покорной и непривлекательной, Золушка была совсем не похожа на ту очаровательную и оживленную Золушку, с которой принц познакомился на балу. Дома она стремилась стать незаметной. А на балу, чувствуя себя красавицей, танцевала и смеялась, как красавица.

Французский философ и писатель Жан-Поль Сартр без труда объяснил бы «эффект Золушки». «То, что мы, люди, представляем собой, зависит прежде всего от ситуации, — писал он. — Нас нельзя отделить от тех обстоятельств, в которых мы оказываемся, ибо они формируют нас и определяют наши

возможности» (Sartre, 1946, с. 59-60, авторизованный перевод). Социальная психология — это наука, которая изучает влияние различных ситуаций, обращая основное внимание на то, как мы воспринимаем друг друга и как воздействуем друг на друга. Писателю Герману Мелвиллу принадлежат следующие слова: «Наши жизни связаны тысячей невидимых нитей». Цель социальной психологии — понять суть и смысл этих связей. И она идет к ней, ища ответы на вопросы, которые интересуют всех нас.

В какой мере социальный мир, в котором мы живем, — плод нашего воображения? Как будет показано ниже, изменение нашего социального поведения происходит не столько под влиянием объективных обстоятельств, сколько под влиянием нашего собственного отношения к ним. Женщина, счастливая в браке, припишет язвительное замечание своего супруга («Ты когда-нибудь научишься класть вещи на место?») каким-нибудь внешним обстоятельствам («Наверное, у него сегодня был трудный день»). Не чувствующая себя счастливой ту же самую реплику объяснит его плохим характером («Он всегда всем недоволен»), а потому может предпринять контратаку. Более того, ожидая проявлений враждебности со стороны своих супругов, такие женщины всем своим поведением могут выражать обиду и тем самым вызывать ожидаемую ими враждебность.

Как мы увидим, ожидания людей, которые полагают, что ребенок профессора должен быть умным, внешне привлекательный человек — доброжелательным, а человек из команды соперников — не склонным к сотрудничеству, нередко оправдываются. А как обстоят дела с нашими собственными социальными убеждениями? Мы им тоже соответствуем? И в какой мере наши реакции зависят от того, какое мнение о нас заранее складывается у окружающих? Может ли человек, принявший вашу робость за недружелюбие, оскорбить вас и заставить таким образом нелестно отозваться о нем, т. е. в конечном итоге получить подтверждение собственного предположения о вашем «антагонизме»?

Будете ли вы жестоким, если вам прикажут? Как фашисты задумали и осуществили немыслимое — уничтожение 6 миллионов евреев? Это чудовищное преступление было совершено потому, что тысячи людей подчинились приказам. Они заталкивали узников сначала в теплушки, а затем в так называемые «душевые кабины», которые на самом деле были газовыми камерами, и травили их газом. Как можно было вовлечь нормальных людей в такие ужасные деяния? Да и были ли они нормальными?

Именно над этими вопросами задумался Стэнли Милгрэм (Milgram, 1974) и провел исследование, участники которого по приказу экспериментатора должны были наказывать электрическим током возрастающей силы людей, плохо запоминавших определенные группы слов. Как станет ясно из главы 6, результаты оказались прямо-таки шокирующими: около двух третей участников исследования полностью подчинились приказам экспериментатора.

Что заставило этих людей пойти на подобную жестокость? А вы могли бы это сделать? Способны ли люди противостоять дьявольским приказам?

Помогать другим или думать только о себе? Осенним днем 1987 г. в городе Колумбус (штат Огайо) из бронированного грузовика выпали мешки с деньгами, и 2 миллиона долларов разметало по асфальту. Остановившиеся водители принялись ловить купюры. Учитывая тот факт, что водителю грузовика вернули всего 100 тысяч долларов, можно сделать вывод, что подавляющее большинство подбирало купюры вовсе не для того, чтобы помочь ему, — они это делали для себя. Когда спустя несколько месяцев аналогичные события произошли в Сан-Франциско и в Торонто, финал был точно таким же: проезжавшие и проходившие мимо присвоили бо́льшую часть денег (Bowen, 1988).

Какие ситуации «запускают механизмы», делающие людей склонными к помощи или к жадности? Зависит ли то, что люди вырастают готовыми к оказанию помощи другим, от социальных контекстов, например от того, что они живут в сельской местности или в небольших городках?

Через все эти вопросы красной нитью проходит одна и та же мысль — мысль о том, как люди воспринимают друг друга и влияют друг на друга. Именно на эти вопросы и пытается ответить социальная психология. Она изучает установки и убеждения, конформность и независимость, любовь и ненависть. Говоря формальным языком, социальная психология — это *наука о том, как люди думают друг о друге, влияют друг на друга и относятся друг к другу*.

Социальная психология пока что, еще молодая наука. Мы постоянно напоминаем об этом читателям, потому что это отчасти извиняет неполноту наших ответов на ряд их вопросов. Но это чистая правда. Информация о первых экспериментах в социальной психологии появилась в 1898 г., чуть более века тому назад, а первый учебник по социальной психологии вышел чуть более трех четвертей

века тому назад, в 1924 г. Свою нынешнюю форму социальная психология обрела лишь в 1930-х гг. прошлого века. Однако такой живой областью знания, какой она предстает сегодня, социальная психология начала становиться только во время Второй мировой войны, когда психологи выполнили впечатляющее исследование убеждений и морального состояния солдат.

Сегодня расширяющаяся сфера интересов социальной психологии придает особое значение следующим проблемам.

— *Власть ситуации.* Все мы — создания своих культур и конкретных обстоятельств. А это значит, что неблагоприятные ситуации оказываются сильнее добрых намерений, заставляя людей следовать ложным утверждениям и повиноваться жестокости. В начале 1990-х гг., в ходе кровавого столкновения с боснийскими мусульманами, множество сербов, к которым при других обстоятельствах мы могли бы отнестись как к соседям, превратились в жестоких насильников.

— *Власть личности.* Мы также создаем свои социальные миры. Если группа порочна, то ее члены вносят в это свой вклад (или сопротивляются злу). На одну и ту же ситуацию люди могут прореагировать по-разному. Выйдя на свободу после многолетнего тюремного заключения, один политический деятель не способен избавиться от чувства горечи, а другой, например южноафриканец Нельсон Мандела, идет вперед и работает ради объединения своей страны.

— *Важность социального познания.* Отчасти люди реагируют по-разному из-за того, что по-разному мыслят. Наша реакция на оскорбление, нанесенное другом, зависит от того, как мы его объясняем — как отражение его враждебности или как результат того, что у него был тяжелый день. Социальная реальность — это нечто такое, что мы конструируем субъективно. Имеют значение и наши убеждения относительно самих себя. Оптимистично ли мы смотрим на жизнь? Кажется ли нам, что мы контролируем ситуацию? Считаем ли мы себя лучше или хуже других? Важно, как мы объясняем мир и самих себя.

— *Практическое применение принципов социальной психологии.* Как станет ясно из дальнейшего изложения, социальные психологи все более и более активно используют свои концепции и методы для решения таких текущих социальных проблем, как эмоциональное благополучие, здоровье, принятие решений в зале суда, изживание предрассудков, защита и сохранение окружающей среды и борьба за мир.

{(Здесь и далее по тексту знаки '{}' включают подписи к рисункам.) **Власть ситуации.** Преподобный Десмонд Туту, глава Южноафриканского комитета правды и примирения, — пример того, как одни индивиды могут конструктивно реагировать на ситуации, которые способны озлобить других. На снимке запечатлен момент, когда Туту принимает от Фредерика де Клерка, лидера Национальной партии, документ, подтверждающий вред, причиненный коренному населению Претории политикой апартеида, которую проводила эта партия}

Однако чем социальная психология отличается от социологии и от других областей психологии? Находятся ли социальные психологи под влиянием собственных *ценностей*? Какова исследовательская тактика социальных психологов и как можно использовать результаты этих исследований в повседневной жизни? Ответам на эти вопросы и посвящена данная глава.

Социальная психология и смежные дисциплины

Социальная психология чрезвычайно интересуется тем, что люди думают друг о друге, как они влияют друг на друга и как относятся друг к другу. Однако те же самые вопросы волнуют и социологов, и специалистов в области психологии личности. Так чем же социальная психология отличается от этих дисциплин? Памятуя о том, что все мы — часть материального мира, что могут позаимствовать социальные психологи из эволюционной биологии и нейрологии?

Социальная психология и социология

Социологов и социальных психологов связывает общий интерес к поведению людей в группах. Однако в то время как большинство социологов изучают различные по численности группы, от маленьких до очень больших (например, общества и присущие им тенденции), социальные психологи

изучают среднестатистических людей — то, как индивидуум одновременно думает о других, испытывает их влияние и относится к ним. При проведении подобных исследований изучается влияние как группы на индивидуума, так и индивидуума на группу.

Рассмотрим несколько примеров. Изучая близкие отношения, социолог мог бы заинтересоваться количеством официально оформленных и гражданских браков и разводов и тенденциями в этой сфере, а социальный психолог попытался бы понять, как люди становятся привлекательными друг для друга. То же самое можно сказать и о такой проблеме, как расовые установки: социолог стал бы выяснять, чем расовые установки представителей среднего класса как группы отличаются от расовых установок людей с более низкими доходами, а социальный психолог — формирование расовых установок индивидуума.

Хотя социологи и социальные психологи иногда используют одни и те же исследовательские методы, социальные психологи больше полагаются на эксперименты, в которых они могут манипулировать каким-либо фактором. Например, чтобы понять, оказывает ли влияние на человека индивидуум одного с ним пола, возраста и т. п., социальный психолог может создать такие экспериментальные условия, при которых оно будет присутствовать или отсутствовать. Теми же факторами, которые изучают социологи, например социоэкономический класс, манипулировать трудно или неэтично.

Социальная психология и психология личности

Социальная психология и психология личности сходны в своем интересе к индивиду. Именно поэтому исследования специалистов в этих областях знания Американская психологическая ассоциация публикует в одних и тех же журналах: *The Journal of Personality and Social Psychology* и *The Personality and Social Psychology Bulletin*. Отличие социальной психологии от психологии личности связано с социальным характером первой. Внимание специалистов в области психологии личности сосредоточено на внутреннем мире индивида и на индивидуальных различиях, например, их интересует, почему одни люди более агрессивны, чем другие. Социальные психологи обращают внимание на то, что вообще свойственно всем людям, — как мы воспринимаем друг друга и влияем друг на друга. Они изучают механизмы, посредством которых социальные ситуации способны вызвать у большинства людей проявления доброты или жестокости, конформности или независимости, чувства симпатии или предрассудки.

<Вы никогда не сможете предсказать, как поступит каждый конкретный человек, но вы можете точно сказать, что будет делать основная масса людей. Личности могут быть разными, большинство же остается неизменным. *Артур Конан Дойл*, Этюд в багровых тонах, 1887>

Но между ними есть и другие отличия: социальная психология более молодая наука. Многие корифеи психологии личности, в том числе Зигмунд Фрейд, Карл Юнг, Карен Хорни, Абрахам Маслоу и Карл Роджерс, жили и работали в первой половине минувшего века. Многие из тех социальных психологов, с которыми вы познакомитесь на страницах этой книги, — наши современники. Среди социальных психологов меньше прославленных теоретиков и больше скромных тружеников — талантливых исследователей, создающих концепции «местного значения». Со многими из них мы познакомимся в автобиографических материалах, которые представлены под общей рубрикой «За кулисами классической теории».

Социальная психология и биология

Каждый, кому доводилось изучать хотя бы азы психологии, знает, что нас формируют сообща природа и воспитание. Подобно тому как площадь поля вычисляется умножением его ширины на длину, так и люди есть результат совместного взаимодействия биологии и среды. Как напоминают нам эволюционные психологи (см. главу 5), благодаря унаследованной человеческой природе мы предрасположены вести себя так, как вели себя наши предки, которым удалось выжить и дать потомство. Мы несем в себе гены тех, кто обладал чертами, которые позволили им выжить и обзавестись потомством, и чьи дети смогли сделать то же самое. А это значит, что эволюционных психологов интересует, как естественный отбор мог предопределить наши действия и реакции,

касающиеся сексуального поведения и продолжения рода, проявлений ненависти и агрессии, заботы и склонности к сотрудничеству. Природа также наградила нас огромной способностью к научению. Мы чувствительны к нашим социальным контекстам и реагируем на них.

Если каждое психологическое событие (каждая мысль, каждая эмоция) является одновременно и биологическим событием, мы можем также рассмотреть и то, как нейробиология объясняет социальное поведение. Социальные нейрологи не стремятся свести такие сложные проявления социального поведения, как оказание помощи или причинение вреда, до уровня простых нейронных или молекулярных механизмов. Но чтобы понять любовь и ненависть, мы должны принимать во внимание не только то, что творится «под кожей» индивидуумов (биологические воздействия), но и то, что происходит между «кожными покровами» разных людей (социальные воздействия). Гормоны стресса влияют на наши чувства и поступки, социальный остракизм становится причиной повышения артериального давления, а социальная поддержка укрепляет иммунную систему организма. Душа и тело — единая большая система, а все мы — биопсихосоциальные организмы.

Уровни объяснения

Мы изучаем людей с разных точек зрения, которые называются академическими дисциплинами. К ним относятся и базовые науки, например физика и химия, и такие интегративные дисциплины, какими являются философия и теология. Какой из подходов более уместен, зависит от того, что именно вы хотите сделать предметом обсуждения. Возьмем в качестве примера любовь. Физиолог станет описывать химические процессы, происходящие в мозге страстно влюбленного человека. Социальный психолог будет изучать, как разные характеристики и условия — привлекательная внешность, сходство партнеров, полное взаимопонимание — усиливают чувство, которое мы называем любовью, а поэт — воспевать ее величие.

Нет необходимости считать какой-либо из этих уровней истинным объяснением. Физиологическая и эмоциональная точки зрения на любовь, например, — всего лишь два подхода к одному и тому же явлению. Точно так же эволюционное объяснение универсального запрета инцеста (генетика наказывает межродственное скрещивание наследственными заболеваниями потомков) не заменяет ни социологического (с точки зрения социологии табу на инцест может служить цели сохранения структуры семьи), ни теологического табу на него (последний может исходить из соображений нравственности). Эти разные объяснения могут дополнять друг друга (рис. 1.1).

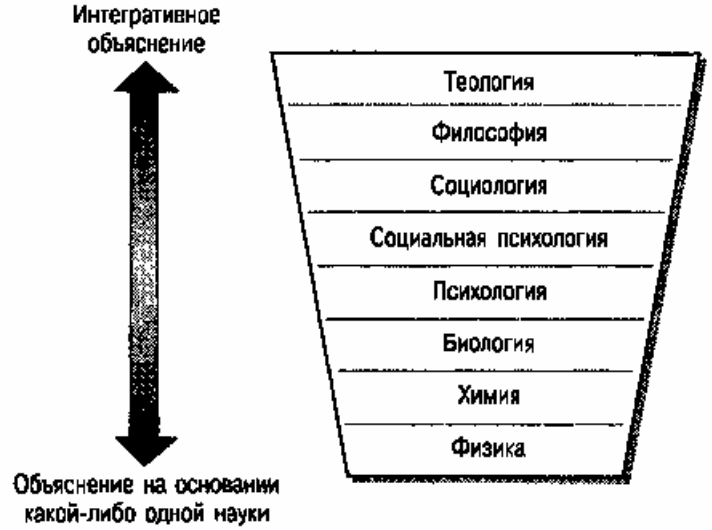


Рис. 1.1. Частичная иерархия дисциплин. Диапазон дисциплин — от базовых наук, изучающих основополагающие законы природы, до интегративных, изучающих сложные системы. Один уровень успешного объяснения функционирования человека не противоречит другим уровням объяснения

Если каждое из объяснений есть часть интегративного объяснения, то разные уровни объяснений, объединенные вместе, должны создать целостную картину. Признание факта, что разные

уровни объяснения дополняют друг друга, избавляет нас от бесплодной дискуссии о том, с каких позиций следует изучать человеческую природу — с научных или с субъективных: подход «или — или» в данном случае неуместен. Как сказал социолог Эндрю Грили, «психология, несмотря на все свои старания, не может — как не могу этого сделать и я — ответить на вопросы о цели и смысле человеческой жизни и о предназначении человека» (Greeley, 1976). Социальная психология — один из важных подходов, но не единственный, воспользовавшись которым мы можем посмотреть на себя и понять себя.

Резюме

Социальная психология — это наука о том, что люди думают друг о друге, как они влияют друг на друга и как относятся друг к другу. Социальная психология произошла от психологи и социологии. По сравнению с социологией социальная психология более индивидуалистична по содержанию и более экспериментальна по методологии. От психологии личности социальная психология отличается тем, что она интересуется не столько индивидуальными различиями между людьми, сколько тем, как люди вообще воспринимают друг друга и влияют друг на друга.

<Знание одно. Его деление на дисциплины есть уступка человеческой слабости. *Сэр Хэлфорд Джон Мак-Киндер*, 1887>

Социальная психология — одна из наук об окружающей среде: она изучает зависимость поведения от социальной среды. Помимо подхода, присущего социальной психологии, есть еще немало других подходов к изучению природы человека, каждый из которых ставит собственные вопросы и получает на них свои ответы. Эти разные точки зрения не противоречат друг другу, а дополняют друг друга.

Социальная психология и человеческие ценности

Ценностные ориентации социальных психологов явно или неявно влияют на их работу. Как это происходит?

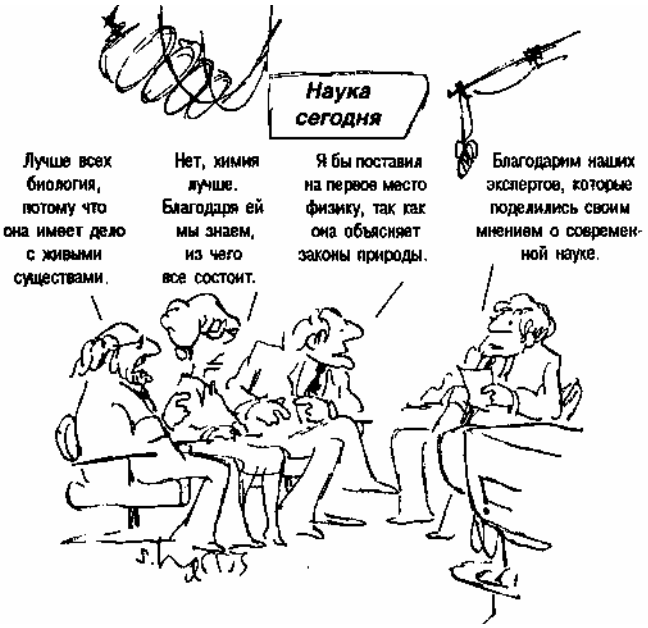
Социальная психология — это не столько совокупность результатов, сколько совокупность стратегий, позволяющих получать ответы на вопросы. В науке, как и в зале суда, личные мнения неприемлемы. Когда на суд выносятся идеи, приговор зависит от доказательств. Но так ли уж объективны социальные психологи? Поскольку все они — простые смертные, не проникают ли в их работу их собственные ценности — личные представления о том, что желательно и как люди должны вести себя? А если проникают, то можно ли считать социальную психологию действительно научной дисциплиной?

Явные пути влияния ценностных ориентаций на психологию

Сам выбор предмета исследования свидетельствует о ценностях социального психолога. И нет ничего случайного в том, что в 1940-х гг., когда в Европе свирепствовал фашизм, психологи начали активно изучать предрассудки; что 1950-е — период, отмеченный нетерпимостью к инакомыслию и модой на единообразие, — дали нам немало работ по конформности; что 1960-е с их проявлениями гражданского неповиновения и ростом преступности ознаменовались ростом интереса к агрессии, а феминистское движение 1970-х стимулировало скачкообразный рост количества публикаций о гендере и сексизме; что 1980-е спровоцировали рост интереса к психологическим аспектам гонки вооружений, а 1990-е были отмечены всплеском интереса к восприятию людьми культурных и расовых отличий и нетрадиционной сексуальной ориентации. Социальная психология отражает социальную историю.

Ценностные ориентации влияют и на то, к какой предметной области склоняется исследователь. (Campbell, 1975; Moynihan, 1979). А в вашей школе разве не так? Разве не заметна разница между теми, кто интересуется гуманитарными, естественными и социальными науками? Вам не кажется, что социальная психология и социология привлекают людей, склонных в известной мере выражать сомнения в незыблемости традиций, людей, которые больше озабочены «лепкой» будущего, чем

консервацией прошлого?



(— Лучше всех биология, потому что она имеет дело с живыми существами.
— Нет, химия лучше. Благодаря ей мы знаем, из чего все состоит.
— Я бы поставил на первое место физику, так как она объясняет законы природы.
— Благодарим наших экспертов, которые поделились своим мнением о современной науке.)
Различные науки предлагают различные точки зрения

И последнее. Ценности, безусловно, выступают и как объект социально-психологического анализа. Социальные психологи изучают их формирование, причины их изменения и механизм их влияния на установки и поступки. Однако ни одно из этих направлений не говорит нам о том, какие ценности «правильнее».

Неявные пути проникновения ценностей в психологию

Менее очевидны способы, позволяющие приверженность тем или иным ценностям выдавать за объективную истину. Рассмотрим три таких способа проникновения ценностей в психологию.

Субъективные аспекты науки

В наши дни и ученые, и философы согласны с тем, что наука не вполне объективна. Ученые не просто читают книгу природы. Скорее можно говорить о том, что они интерпретируют природу, следуя той концепции, которой они придерживаются. Мы в своей повседневной жизни тоже смотрим на мир сквозь призму своих предубеждений. Прервите ненадолго чтение. Что вы видите на рис. 1.2?

Рис. 1.2. Что вы видите?

Вы видите в центре рисунка далматинского дога, который нюхает землю? Не имея заранее представления о том, что будет изображено, большинство людей не видят его. Но с*т*оит «концепции далматинского дога» появиться, как она начинает контролировать вашу интерпретацию рисунка и делает это столь активно, что становится трудно не увидеть собаку.

Так работает наше мышление. Читая эти слова, вы даже не подозревали, что одновременно смотрите на свой нос. Ваш разум блокирует восприятие того, что находится в поле вашего зрения, если вы не были готовы это воспринять. Тенденция к предвзятому суждению о реальности, основанному на наших ожиданиях, является принципиальной особенностью человеческого мышления.

Классический пример зависимости интерпретации от мнения — футбольный матч между командами Принстонского и Дартмутского университетов, состоявшийся в 1951 г. (Hastorf & Cantril, 1954; Loy & Andrews, 1981). Поведение игроков по праву было названо неспортивным; матч оказался одним из самых грубых и самых грязных матчей в истории обеих команд. Игрок команды Принстона, атакованный несколькими футболистами команды Дартмута, был вынужден покинуть поле с разбитым носом. Началась драка, в результате которой многие игроки обеих команд получили травмы. В общем, игра проходила так, что ее вряд ли можно назвать воплощением учтивости, присущей Лиге плюща. [Лига плюща (*Ivy League*) — группа самых престижных частных колледжей и университетов на северо-востоке США, известных высоким уровнем обучения и научных исследований. Название связано с тем, что по английской традиции стены университетов — членов Лиги — увиты плющом. — *Примеч. ред.*]

Вскоре после этого два психолога, по одному от каждой команды, в рамках эксперимента по социальной психологии показали в обоих кампусах видеозапись игры. Студенты выступали в качестве исследователей-наблюдателей, отмечавших каждое нарушение правил и его «автора». Однако им не удалось сохранить беспристрастность. Студенты Принстона более, нежели студенты Дартмута, были склонны считать своих товарищей жертвами агрессии соперников и отметили в два раза больше нарушений, допущенных ими, чем студенты Дартмута. Мораль: объективная реальность существует, но мы всегда смотрим на нее через призму собственных убеждений и ценностей.

Поскольку ученые, независимо от того, в какой области науки они работают, нередко разделяют одну и ту же точку зрения или принадлежат к одной и той же культуре, их утверждения могут не вызывать сомнений. То, что мы принимаем как само собой разумеющееся, — общие убеждения, называемые европейскими социальными психологами нашими **социальными репрезентациями** (Augoustinos & Innes, 1990; Moscovici, 1988), — представляют собой наши самые важные, но зачастую и самые неизученные убеждения. Однако случается, что какой-либо «человек со стороны» привлечет к ним наше внимание.

<Наука не просто объясняет и описывает природу; она часть взаимодействия между нами и природой; она описывает природу так, как та раскрывается нашему методу исследования. *Вернер Гейзенберг*, физик и философ, 1958>

В 1980-е гг. феминисты и марксисты привлекли внимание к некоторым допущениям, не изученным социальными психологами. Так, критики-феминисты обратили внимание на скрытую предвзятость, проявленную консервативно настроенными учеными и выразившуюся в интерпретации

гендерных различий в социальном поведении преимущественно с точки зрения биологии (Unger, 1985). Марксистская критика акцентировала необъективность по отношению к соревновательности и индивидуализму, которая проявляется, например, в негативном отношении к конформизму и в позитивном отношении к индивидуальным вознаграждениям. Разумеется, и феминисты, и марксисты делают собственные допущения, что обожают отмечать критики академической «политкорректности». В главе 3 мы более подробно расскажем о том, как наши предубеждения направляют наши интерпретации. Наше поведение в большей степени зависит не от самой ситуации как таковой, а от того, как мы ее истолковываем.

Психологические концепции, содержащие скрытые ценности

Ценности влияют также и на концепции. Рассмотрим попытки дать определение понятию «хорошая жизнь». Мы, психологи, обращаемся к разным людям: к зрелым и незрелым, очень общительным и не очень, психически здоровым и психически больным. Мы говорим так, словно констатируем факты, хотя на самом деле высказываем ценностные суждения. Так, личностный психолог Абрахам Маслоу известен как автор очень точных описаний «самоактуализирующихся» личностей — людей, которые, удовлетворив свои потребности в выживании, безопасности, принадлежности к определенной группе и самоуважении, продолжают реализовывать свой человеческий потенциал. Лишь немногие читатели обратили внимание на то, что сам Маслоу отобрал примеры таких личностей, руководствуясь собственными ценностями. Итоговое описание самоактуализировавшихся людей как непредсказуемых, автономных, мистических и т. д. — отражало личные ценности самого ученого. Начни он не с собственных героев, а с кого-нибудь другого, например с Наполеона, Александра Македонского и Джона Д. Рокфеллера, окончательное описание самоактуализации, возможно, было бы иным (Smith, 1978).

Совет, который дает психолог, тоже отражает его личные ценности. Когда психотерапевты советуют нам, как жить, когда специалисты по воспитанию говорят, как надо воспитывать детей, а некоторые психологи убеждают, что мы живем не для того, чтобы соответствовать чьим-то ожиданиям, они руководствуются своими личными ценностями. (В западных культурах это, как правило, индивидуалистические ценности, подталкивающие к тому, что лучше для «меня». Незападные культуры чаще настраивают на то, что лучше для «нас».) Многие люди, не подозревающие об этом, доверяются «профессионалу». Если мы определили собственные цели, наука может помочь нам и подсказать наилучший способ их достижения. Но она не отвечает и не может отвечать на вопросы, связанные с моральными обязательствами, с нашим предназначением и смыслом нашей жизни.

Завуалированные ценности проникают даже в психологические концепции, базирующиеся на экспериментальных исследованиях. Представьте себе, что вы прошли личностный тест, и психолог, подсчитав ваши баллы, говорит: «У вас очень развито чувство собственного достоинства, низкая тревожность и исключительно сильное эго». «Ага, — думаете вы, — я ничуть не сомневался в этом, но приятно знать это наверняка». А теперь представьте себе, что аналогичное тестирование проводит другой психолог. По какой-то неведомой вам причине среди вопросов, которые он задает, есть и такие, на которые вы уже отвечали, когда вас тестировал его коллега. Подсчитав баллы, психолог сообщает вам, что вы занимаете жесткую оборонительную позицию, потому что у вас высокий балл по «подавлению». «Что это значит? — удивляетесь вы. — Ваш коллега так лестно отозвался обо мне». А дело в том, что обе эти характеристики описывают один и тот же набор ответов (тенденцию говорить приятные вещи о самом себе и не признавать существования проблем). Назовем ли мы это развитым самоуважением или защитой? «Ярлык» отражает ценностное суждение.

{Скрытые (и не очень) ценности проникают в рекомендации, которые дают психологи. Они просачиваются в популярные книги по психологии, советующие читателям, как нужно жить и любить}

В том, что в языке социальных психологов нередко прячутся ценностные суждения, социальная психология совсем не виновата. В повседневной речи можно описать одно и то же явление по-разному, используя слова разной эмоциональной окраски — от «рычащих» до «мурлыкающих». Называем ли мы участников партизанской войны «террористами» или «борцами за свободу», зависит от нашего взгляда на ее причину. Называем ли мы помощь, оказываемую государством, «социальным обеспечением» или «помощью нуждающимся», зависит от наших политических взглядов. Когда «они» восхваляют свою

страну и свой народ — это национализм, но когда «мы» делаем то же самое — это патриотизм. От личных нравственных ценностей человека зависит, будет ли он считать связь на стороне «адюльтером» или «гражданским браком». «Промывание мозгов» есть социальное влияние, которые мы не одобряем. Извращения — это сексуальные действия, которых мы не совершаем. Замечания об «амбициозных» мужчинах и «агрессивных» женщинах или о «предусмотрительных» мальчиках и «робких» девочках передают скрытое в них сообщение.

Нельзя перекинуть мост между «есть» и «должно быть»

Специалистам в области социальных наук трудно побороть соблазн и не совершить ошибку, соскользнув с описания того, что «есть», на предписание того, что «должно быть». Философы называют это **натуралистическим заблуждением**. Сегодня пропасть между «есть» и «должно быть», между научным описанием и этическим предписанием остается такой же широкой, какой она была 200 лет тому назад, когда философ Дэвид Юм обратил внимание на этот феномен. Ни из одного исследования человеческого поведения, например сексуального, не следует логический вывод о том, какое поведение «правильное». Если большинство людей не делает чего-то, из этого вовсе не следует, что их поведение «неправильное». И наоборот, если большинство что-то делает, это совсем не значит, что подобное поведение правильно. Всякий раз, переходя от утверждений об объективных фактах к предписывающим утверждениям относительно того, что должно быть, мы добавляем свои ценности.

Именно так — и явно, и неявно — личные ценности социальных психологов влияют на их работу. Мы поступим правильно, если будем помнить об этом, а также и о том, что если что-то справедливо по отношению к ним, справедливо и по отношению к каждому из нас. Наши взгляды на мир несут на себе отпечаток наших ценностей и предположений. Чтобы понять, в какой мере принимаемое нами как должное зависит от разделяемых нами ценностей и социальных репрезентаций, необходимо познакомиться с миром иной культуры, что время от времени мы будем делать на протяжении всей этой книги. Если у вас нет сомнений в том, что люди должны быть прежде всего верны самим себе, что женщины лучше (или хуже), чем мужчины, справляются с некоторыми ролями или что браку должна непременно предшествовать романтическая любовь, — живите в согласии с этими ценностями.

Так к какому же выводу мы пришли? Коль скоро наука не лишена субъективности, от «ее услуг» следует отказаться? Отнюдь нет. Именно понимание того, что человеческое мышление всегда включает интерпретацию, и является причиной проведения научного анализа; нам нужны исследования, выполненные с разными предубеждениями. Постоянно проверяя свои убеждения фактами, лучше узнавая последние, мы контролируем и ограничиваем свои предубеждения. Системные наблюдения и эксперименты помогают нам освободиться от розовых очков, через которые мы смотрим на реальность.

Резюме

Влияние ценностных ориентаций социальных психологов проявляется в их работах как явно, так и неявно. Пример явного влияния — выбор предмета исследований, неявного — скрытые допущения при создании концепций, выборе обозначений и характере рекомендаций. Растет осознание субъективности научной интерпретации; ценностных предпочтений, скрывающихся в концепциях и терминологии социальных психологов; и пропасти между научным описанием того, что есть, и этическим предписанием того, что должно быть. Подобное проникновение ценностей в науку присуще не только социальной психологии. Именно потому, что человеческое мышление редко бывает беспристрастным, нам нужны системные наблюдения и эксперименты, если мы действительно хотим проверить, соответствуют ли реальности наши заветные идеи.

Феномен «Так я и знал!»: можно ли поставить знак равенства между социальной психологией и здравым смыслом?

Верно ли, что теории, созданные социальными психологами, дают новое понимание

обстоятельств, в которых действуют люди, или они лишь описывают очевидное?

Должно быть, вам уже приходили в голову многие из тех выводов, которые представлены в этой книге, ибо мы со всех сторон окружены социальной психологией. Мы постоянно наблюдаем за людьми, думающими о других, влияющими на них и демонстрирующими свое отношение к ним. Стоит подумать, о чем говорит это выражение лица, как заставить кого-то сделать то, что вам нужно, и как относиться к другому человеку — как к другу или как к врагу. В течение многих веков философы, писатели и поэты наблюдали социальное поведение и нередко делали это весьма искусно. В социальной психологии разбираются абсолютно все.

Значит ли это, что социальная психология — всего лишь синоним понятия «здравый смысл»? Социальную психологию критикуют с двух противоречащих друг другу позиций: одни — за тривиальность, подтверждающую очевидное, другие — за то, что она опасна, ибо ее достижения могут быть использованы для манипулирования людьми. Справедливо ли первое утверждение, т. е. правда ли, что социальная психология лишь придает определенную форму тому, что благодаря интуиции известно любому обывателю?

Писатель Каллен Мерфи говорит: «День за днем социальные психологи выходят в мир. День за днем они убеждаются в том, что поведение людей во многом именно такое, какого и следовало ожидать» (Murphy, 1990). Около полувека назад историк Артур Шлезингер-младший с той же усмешкой реагировал на исследования американских солдат, которые проводили социальные психологи во время Второй мировой войны (Schlesinger, Jr., 1949).

Каковы же результаты этих исследований? Их перечислил и прокомментировал другой рецензент, социолог Пол Лазарсфельд; я приведу некоторые из них в собственном изложении (Lazarsfeld, 1949).

1. Чем образованнее солдаты, тем труднее они адаптируются. (Интеллектуалы менее подготовлены к стрессам, связанным с военным временем, чем люди, воспитанные улицей.)

2. Уроженцы Юга лучше переносили жаркий климат островов, расположенных в южной части Тихого океана, нежели выходцы из северных штатов. (Для южан жаркая погода — более привычное дело.)

3. Белые рядовые с большим нетерпением ждали повышения по службе, чем афроамериканцы. (Годы угнетения не прошли бесследно для мотивации достижений.)

4. Афроамериканцы из южных штатов отдавали предпочтение белым офицерам-южанам. (У офицеров-южан более богатый опыт общения с чернокожими солдатами, чем у офицеров-северян.)

Одна из проблем, связанных со здравым смыслом, заключается в том, что мы обращаемся к нему уже после того, как становятся известны факты. События кажутся значительно более «очевидными» и предсказуемыми после того, как они уже произошли, чем «до того». Практика показывает: когда результаты экспериментов становятся известны, людям вдруг начинает казаться, что в них нет ничего удивительного, во всяком случае, они удивляются меньше, чем те, кому просто было рассказано о проводимых экспериментах и об их возможных результатах (Slovic & Fischhoff, 1977). Обладая новым знанием, наша действенная система памяти освобождается от устаревших представлений (Hoffrage et al., 2000).

<Самая лучшая теория прогнозирует, посредственная — не позволяет, а плохая — объясняет событие после того, как оно произошло. *А. И. Китайгородский*>

Возможно, у вас было именно такое чувство, когда вы читали выводы, сделанные Лазарсфельдом. Однако они приведены не полностью. Далее Лазарсфельд пишет: «Все эти выводы диаметрально противоположны тому, что в действительности установили авторы исследования». На самом деле они нашли, что менее образованные солдаты адаптируются хуже, южане хуже северян адаптируются к климату тропиков, афроамериканцы с большим нетерпением ожидали повышения, нежели белые солдаты, и т. д. «Если бы мы сначала перечислили истинные результаты исследования [а Шлезингер узнал именно их], читатель и их назвал бы “очевидными”».

В повседневной жизни некоторые события тоже становятся для нас полной неожиданностью. Однако потом, задним числом, мы вдруг отчетливо понимаем, почему они произошли, и перестаем удивляться. После того как результаты выборов становятся известны, а изменения на фондовом рынке уже произошли, большинство комментаторов не находят в этих событиях ничего удивительного: «Корректировка фондового рынка была неизбежной». Как сказал датский философ и теолог Серен

Кьеркегор, «жизнь идет вперед, но понимаем мы ее с опозданием».

Если эта **ошибка хиндсайта**, которую называют также феноменом «Так я и знал!», — распространенное явление, вам, возможно, кажется, что вы и раньше знали про нее. Действительно, едва ли не любой из возможных результатов психологического эксперимента можно объяснить, полагаясь на здравый смысл, *после* того, как этот результат станет вам известен.

(Институт перспективного хиндсайта. Изучение того, что должно было случиться)
Задним числом все события кажутся очевидными и предсказуемыми

Вы сами можете убедиться в существовании этого феномена. Познакомьте одну половину группы с каким-либо результатом психологического исследования, а вторую половину — с диаметрально противоположным выводом. Например, скажите одной половине следующее: «Социальные психологи нашли, что нашими друзьями и возлюбленными чаще становятся люди, непохожие на нас, т. е. оправдывается старинная пословица “противоположности сходятся”». А другой половине скажите: «Социальные психологи нашли, что нашими друзьями и возлюбленными чаще становятся люди, с которыми у нас много общего, т. е. оправдывается старинная пословица “Рыбак рыбака видит издалека”».

(— Заблуждение не становится истиной от того, что многие его разделяют.
— С собой этого не возьмешь.

— Лучше синица в руках, чем журавль в небе.

— Желаю приятно провести время!)

Древнегреческий философ Медиократ известен своими банальными рассуждениями и пристрастием к языковым клише

Сначала попросите участников эксперимента объяснить результат. Затем спросите, «удивляет» ли он их или нет. Независимо от того, какой результат будет сообщен, он, скорее всего, никого не удивит.

Воистину, нам известно такое количество пословиц, что едва ли не любой результат можно представить как нечто само собой разумеющееся. Если социальный психолог говорит, что разлука усиливает романтическую привязанность, обязательно найдется какой-нибудь Джо, который спросит: «И за это вам платят? Всем давно известно, что “в разлуке пожар любви разгорается сильнее”». А если вы скажете, что «разлука уносит любовь», некто по имени Джуди тоже нисколько не удивится: «Незачем было трудиться. Моя бабушка всегда говорит: “С глаз долой — из сердца вон”». Что бы ни произошло, всегда найдется кто-нибудь, кто знал, что это непременно должно было случиться.

Должно быть, Карл Тейген от души веселился, когда просил студентов Лейчестерского университета (Англия) оценить известные пословицы и противоположные им по смыслу утверждения (Teigen, 1986). Когда студентам была предложена «пословица» «Страх сильнее любви», большинство оценило ее как соответствующую истине. Однако та же самая участь «постигла» и ее антипод — «Любовь сильнее страха». Ситуация повторилась с пословицей «Упавший не может помочь лежащему» и ее «антиверсией» «Лежащему может помочь упавший». Однако лично мне больше всего понравилась высоко оцененная пара: «Сочиняют пословицы мудрецы, а повторяют — дураки» и «Сочиняют пословицы дураки, а повторяют — мудрецы».

Ошибка хиндсайта — источник проблемы, с которой сталкиваются многие студенты, изучающие психологию. Иногда результаты таковы, что просто не могут не вызвать удивления: например, тот факт, что бронзовые призеры Олимпийских игр больше радуются своим успехам, чем серебряные медалисты. Однако чаще, когда вы читаете в учебниках о результатах экспериментов, они кажутся вам не просто понятными, но даже очевидными. Когда же позднее, во время тестирования, вы оказываетесь перед необходимостью ответить на конкретный вопрос, выбрав один из предложенных вариантов, эта задача неожиданно может показаться вам трудной. «Понятия не имею, что случилось, — жалуется потом обескураженный студент, — мне казалось, что я знаю материал».

Феномен «Так я и знал!» может не только стать причиной того, что достижения социальных наук будут восприниматься как банальности, но и иметь пагубные последствия. Он может породить самонадеянность — завышенную оценку наших собственных интеллектуальных способностей. Более того, поскольку результаты выглядят так, словно их можно было предвидеть, мы больше склонны винить за плохой выбор тех, кто принимал решения, которые задним числом кажутся «очевидными», чем хвалить за хороший, который также представляется «очевидным». После воздушных атак на Югославию, предпринятых НАТО в 1999 г., казалось очевидным, что превосходство авиации НАТО заставит Слободана Милошевича допустить миротворческие войска в Косово, хотя вряд ли это было столь же очевидным для многих политиков и экспертов до бомбардировок.

Проблема крупным планом. *Конкурирующие пословицы*

Каллен Мерфи, исполнительный редактор *The Athlantic*, обвиняет «социологию, психологию и другие социальные науки в том, что они слишком часто констатируют очевидное или подтверждают общеизвестное» (Murphy, 1990). Его собственный бессистемный обзор достижений социальных наук «не выявил ни одной идеи или вывода, которых нельзя было бы найти в словаре Бартлета [Джон Бартлет (1820-1905) — редактор и издатель. С 16 лет, работая продавцом в книжном магазине в Гарвардском университете, прославился знанием цитат. В 1855 г. выпустил первое издание словаря цитат «Знакомые цитаты». Впоследствии словарь неоднократно переиздавался и не потерял своего значения до сих пор. — *Примеч. ред.*] или в какой-нибудь другой энциклопедии цитат». Это правда, ибо суть многих потенциальных открытий может быть выражена известными цитатами (Evens & Berent, 1993). Как заметил однажды философ Альфред Норт Уайтхед (1861-1947), «все важное уже давно сказано». Но чтобы тщательно проанализировать справедливость конкурирующих пословиц,

необходимо провести исследование. Итак, какие пословицы «ближе к истине» — те, которые в левом столбце, или те, что в правом?

У семи нянек дитя без глаза	Ум хорошо, а два — лучше
Что написано пером, того не вырубишь топором	О человеке судят не по его словам, а по его делам
Старую собаку новым трюкам не научишь	Век живи — век учись
Кровь людская — не водица	Одного кровного родства для дружбы мало
Промедление смерти подобно	Семь раз отмерь, один раз отрежь
Кто предупрежден, тот вооружен	Не говори «гоп», пока не перепрыгнул

Мы иногда виним себя за «глупые ошибки», например, за то, что не лучшим образом обошлись с каким-нибудь человеком или разрешили ту или иную ситуацию. Оглядываясь назад, мы понимаем, как нужно было поступить. «Мне следовало знать, что в конце семестра я буду очень занят, и начать писать эту статью раньше». Однако иногда мы слишком строго судим себя. Мы забываем: то, что кажется нам очевидным сегодня, отнюдь не казалось таким ни вчера, ни позавчера. Врачи, знающие и симптомы болезни, которой страдал покойный, и результаты вскрытия, нередко удивляются тому, как можно было поставить неверный диагноз. Однако их коллеги, которым известны только симптомы, не считают диагноз столь очевидным (Dawson et al., 1988). (Стали бы жюри присяжных осторожнее выносить вердикты о врачебных ошибках, если бы исходили не из результатов вскрытия, а из прижизненных симптомов болезни?)

Итак, к какому же выводу мы пришли? Что здравый смысл всегда заблуждается? Иногда — да. Здравый смысл и собственный опыт убедили докторов в том, что кровопускание — эффективный метод лечения тифа, и это мнение держалось до тех пор, пока кому-то в середине XIX в. не пришло в голову поэкспериментировать: разделить больных на две группы и сделать одним кровопускание, а другим прописать постельный режим.

В иных случаях здравый смысл либо прав, либо распространяется на обе возможные альтернативы. В чем счастье — в том, чтобы знать правду или сохранять иллюзии? В том, чтобы жить в окружении людей или в не нарушаемом никем одиночестве? Сколько людей, столько и мнений, и какие бы открытия мы ни сделали, всегда найдется человек, который скажет, что он это предвидел. (Марк Твен говорил, что Адам был единственным человеком, который, говоря что-либо дельное, точно знал, что до него этого не сказал никто.) Однако какая из многочисленных конкурирующих идей лучше всего отражает реальность?

Дело не в том, что здравый смысл *a priori* неверен. Скорее, речь о том, что обычно он оказывается прав после того, как событие свершилось. А это значит, мы легко обманываем сами себя, полагая, что знаем и знали больше, чем на самом деле знаем и знали. Именно поэтому-то нам и нужна наука — чтобы помочь отделить реальность от иллюзий и подлинные прогнозы от «крепости задним умом».

Резюме

Как и многое другое в жизни, данные исследований социальных психологов иногда кажутся очевидными. Однако эксперименты свидетельствуют о том, что результаты становятся более «очевидными» после того, как про них узнают. Эта ошибка хиндсайта нередко приводит к тому, что люди завышают оценки справедливости их собственных суждений и прогнозов.

Как работают социальные психологи

Социальные психологи предлагают теории, которые обобщают их наблюдения и включают как гипотезы, которые могут быть проверены, так и практические прогнозы. Кроме того, социальные психологи проводят исследования, прогнозирующие поведение на основании изучения корреляций,

причем нередко такие исследования ведутся в естественных условиях. Чтобы объяснить поведение, проводят эксперименты, в которых манипулируют одним фактором или несколькими и контролируют все остальные.

Социальная психология отличается от других научных дисциплин тем, что ею занимаются около 6 миллиардов любителей-практиков. Наблюдать за людьми в парках, на улицах, в школе — всеобщее хобби. Когда мы наблюдаем за людьми, у нас появляются идеи о том, что они думают друг о друге, как влияют друг на друга и как относятся друг к другу. Профессиональные психологи занимаются тем же самым, только более методично (они создают теории) и усердно (они нередко проводят эксперименты, в которых воспроизводят социальные драмы в миниатюре, позволяющие выявить причину и следствие).

Создание и проверка гипотез

Нам, социальным психологам, трудно представить себе, что есть нечто более захватывающее, чем человеческая жизнь. Если Сократ прав, и действительно «не стоит жить, если не изучать жизнь», то даже познание самого себя — и то вполне достойная цель.

<Ничто не может так расширить кругозор человека, как способность системно и беспристрастно изучать то, что доступно его наблюдению. *Марк Аврелий*, Размышления>

Мы систематизируем свои идеи и открытия и создаем на их базе теории по мере того, как в борьбе с человеческой природой овладеваем ее секретами. **Теория** — это интегрированная система принципов, которые объясняют и прогнозируют наблюдаемые явления. Можно сказать, что теории — это своего рода стенография науки.

На бытовом уровне термин «теория» нередко означает нечто такое, что «меньше, чем факт», промежуточную ступень на лестнице уверенности, ведущей от догадки через теорию к факту. Однако для ученого факты и теории — совсем разные понятия. Факты — это согласованные утверждения о том, что мы наблюдаем, а теории — это идеи, которые обобщают и объясняют факты. «Наука построена из фактов точно так же, как дом — из камней, — сказал Жюль-Анри Пуанкаре, — однако набор фактов — это еще не наука, так же как груда камней — не дом».

Теории не только обобщают, но и включают поддающиеся проверке предположения, называемые **гипотезами**. Гипотезы служат нескольким целям. Во-первых, они позволяют подвергнуть теорию испытанию, предлагая способы, которыми можно попытаться ее опровергнуть или подтвердить. Делая прогнозы, теория тем самым переходит от слов к делу. Во-вторых, они определяют направление исследований. Любая отрасль науки быстрее становится на ноги, если исследователи понимают, в каком направлении им нужно двигаться. Теоретические прогнозы предлагают вниманию исследователей новые области и заставляют их искать ответы на такие вопросы, о которых они, возможно, вообще никогда не задумывались. В-третьих, способность хороших теорий надежно прогнозировать может придать им прикладное значение. Так, всеобъемлющая теория агрессии способна предсказать, в каких случаях следует ждать ее проявлений и как ее контролировать. Как сказал Курт Левин, один из основателей современной социальной психологии, «нет ничего более практичного, чем хорошая теория».

Рассмотрим конкретный пример. Предположим, мы видим, что иногда в толпе люди дают волю своей жестокости. Следовательно, мы можем предположить, что благодаря присутствию других людей они чувствуют себя инкогнито и не считают нужным сдерживаться. Задумаемся над этим предположением. Нельзя ли экспериментально проверить его? Например, провести лабораторный эксперимент, имитирующий некоторые аспекты казни на электрическом стуле? Что, если мы предложим группе людей наказать с помощью ударов электричества несчастную жертву и при этом не будет точно известно, кто из членов группы выступает в роли «палача»? Будут ли эти «палачи» прибегать к более сильному шоку, чем те, которые действуют в одиночку, т. е. подтвердится ли наше предположение?

Можно также выяснить, какую роль играет анонимность: станут ли люди прибегать к более сильному шоку, если у них будет возможность спрятаться за масками? Если результаты подтвердят нашу гипотезу, появится возможность выдать некоторые практические рекомендации. Возможно, полицейские перестанут проявлять жесткость, если их обяжут носить большие именные жетоны и устанавливать на машинах легко читаемые номерные знаки или вести видеозапись всех проводимых

ими арестов. Именно такие меры с недавних пор стали обыденным явлением во многих городах.

Социальная психология в моей жизни

[На протяжении всей книги в рубрике «Социальная психология в моей жизни» будет предоставляться слово тем, кто в свое время учился по этому учебнику. Бывшие студенты будут рассказывать о той роли, которую играет социальная психология в их жизни или в работе.]

Социальная психология пленила меня идеей о том, что поведение людей можно прогнозировать и изучать, используя количественные показатели. Особенно поразили меня потенциальные возможности методов социально-психологических исследований, в частности экспериментальных. Воодушевленная, я погрузилась в изучение социальной политики. Сейчас я работаю в компании, известной своими экспериментами, которые она проводит для изучения воздействия различных программ в области социальной политики на поведение людей, таких, например, как новая реформа в области социального обеспечения. А это значит, что работа дает мне возможность удовлетворять тот интерес к поведению человека, который зародился под влиянием социальной психологии. Я нашла себя именно в этой области, способствующей прогрессу нашего общества: мы информируем тех, кто определяет государственную политику, о том, как влияют на жизнь людей социальные программы.

Мишель Ван Ной, Университет Ратджерса

Однако как мы решаем, что одна теория лучше другой? Хорошая теория, во-первых, эффективно обобщает широкий спектр наблюдений и, во-вторых, дает точные прогнозы, которые мы можем использовать: 1) для подтверждения или пересмотра теории; 2) для поиска новых объяснений; 3) для выработки практических рекомендаций. Если мы отказываемся от каких-либо теорий, то, как правило, не потому, что убедились в их несостоятельности. Как и старые машины, старые теории заменяются более новыми и совершенными моделями.

Корреляционное исследование: выявление естественных связей

Большую часть сведений об исследовательских методах социальной психологии вы усвоите из последующих глав, а сейчас же я предлагаю вам пройти за кулисы и взглянуть на то, как «делается» социальная психология. Непродолжительного пребывания там вам будет достаточно для того, чтобы оценить результаты исследований, о которых речь пойдет ниже, и критически воспринимать повседневные социальные события.

Социально-психологические исследования отличаются друг от друга местом проведения. Они проводятся в **лабораториях** (контролируемая ситуация) или в **поле** (реальные житейские ситуации).

Социально-психологические исследования отличаются друг от друга и методами проведения: известны **корреляционные** исследования (их цель — выяснить, существует ли естественная зависимость между двумя или большим числом факторов) и **экспериментальные** (в ходе которых исследователь манипулирует некоторыми факторами и изучает, что при этом происходит с другими параметрами).

Воспользовавшись несколькими конкретными примерами, давайте сначала рассмотрим достоинства (изучение важных переменных в естественных условиях) и недостатки (неоднозначная интерпретация причины и следствия) корреляционного исследования. Как будет ясно из Модуля А, современные психологи считают, что здоровье человека зависит от личностных и социальных факторов. Изучением этой проблемы занимались Дуглас Кэррол и его коллеги (Каледонский университет, г. Глазго), а также Джордж Дэви Смит и Пол Беннетт (Smith & Bennett, 1994). Поиски связи между социоэкономическим статусом индивидуума и состоянием его здоровья привели исследователей на старое кладбище Глазго. В качестве критерия здоровья они использовали продолжительность жизни 843 погребенных на нем человек, информацию о которой почерпнули из надписей на надгробиях, а в качестве критерия статуса — высоту этих надгробий, справедливо полагая, что чем выше памятник, тем он дороже и тем богаче тот, кто лежит под ним.

Кладбище при Кафедральном соборе (г. Глазго)

Как следует из рис. 1.3, самые высокие памятники оказались на могилах долгожителей.

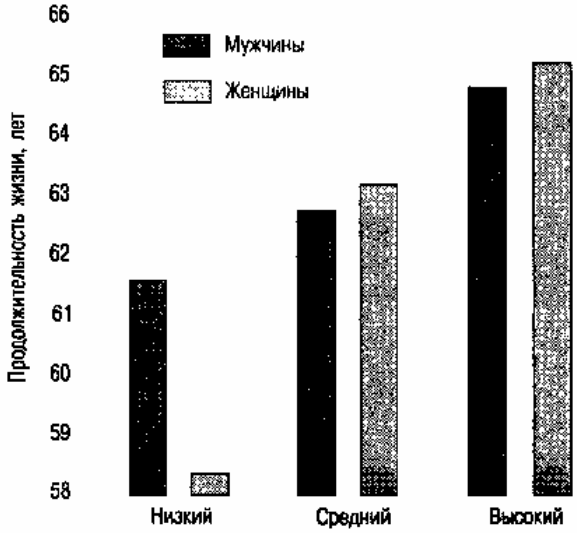


Рис. 1.3. Статус и продолжительность жизни. Высокие надгробия были поставлены в память о долгожителях

Кэррол и его коллеги объясняют, каким образом исследователи, используя современные данные, подтверждают наличие взаимосвязи между статусом и здоровьем. Наибольшая продолжительность жизни отмечается в регионах Шотландии с наименьшей плотностью населения и самым низким уровнем безработицы. В США продолжительность жизни коррелирует с уровнем дохода (жизнь бедняков и людей невысокого социоэкономического статуса чаще обрывается преждевременно). В современной Великобритании профессиональный статус коррелирует с продолжительностью жизни. Согласно результатам исследования, проводившегося в течение 10 лет с участием 17 350 государственных служащих Великобритании, количество смертей среди работников управленческого аппарата в 1,6 раза больше, а среди конторских служащих и рабочих — соответственно в 2,2 и 2,7 раза больше, чем среди управленцев высшего звена (Adler et al., 1993, 1994). Складывается впечатление, что в разное время и в разных географических точках между статусом и здоровьем существует вполне определенная взаимозависимость.

Корреляция или причинно-следственная связь?

Приведенный выше пример взаимосвязи статуса и продолжительности жизни иллюстрирует наиболее распространенную как среди любителей, так и среди профессионалов ошибку мышления: когда два фактора «идут рука об руку», как статус и состояние здоровья, трудно не поддаться искушению и не сделать вывод о том, что один является причиной другого. Можно предположить, что статус каким-то образом защищает человека от того, что может причинить вред его здоровью. Или все совсем не так, и хорошее здоровье не следствие, а причина активности и успеха? Может быть,

долгожители успевают накопить больше денег, и именно поэтому на их могилах стоят более дорогие надгробия? Корреляционное исследование позволяет нам сделать прогноз, но оно не может ответить на вопрос о том, вызовет ли изменение одного параметра (например, социального статуса) изменение другого параметра (например, состояния здоровья).

Путаница в толковании корреляционной и причинно-следственной зависимостей становится причиной многих лишенных логики рассуждений, представленных на страницах популярных психологических изданий. Рассмотрим еще одну весьма реальную корреляцию — между чувством собственного достоинства и академическими успехами. Дети с развитым чувством собственного достоинства — это нередко и дети, которые хорошо учатся. (Как и в любом другом случае корреляции, этот пример «можно развернуть на 180°»: академические успехи ведут к высокому самоуважению.) Как, по-вашему, что будет причиной, а что — следствием? (рис. 1.4).

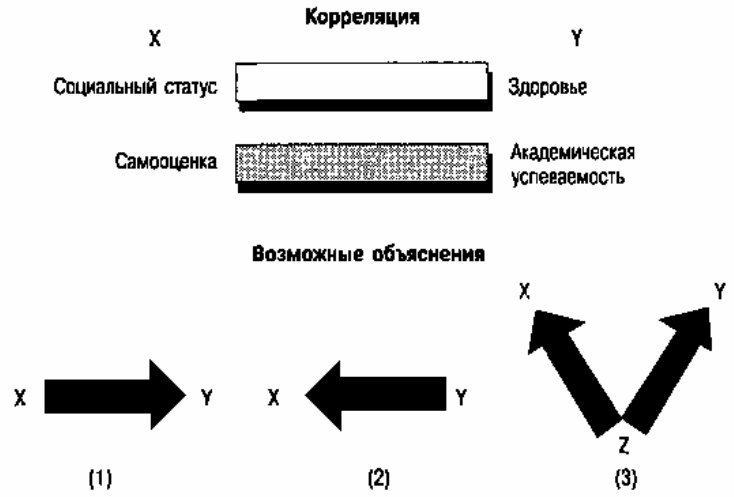


Рис. 1.4. Когда имеет место корреляция двух переменных, возможно любое из трех объяснений

Некоторые считают, что «здоровая Я-концепция» благоприятствует академическим успехам. А это значит, что, поддерживая «Я»-образ ребенка, можно улучшить его успеваемость. Поверив в этот тезис, администрация 30 штатов издала более 170 законодательных актов, направленных на поддержку самоуважения.

<Исследователи выявили не очень тесную, но положительную корреляцию между предпочтениями, которые подростки отдают тяжелому року, и их отношением к добрачному сексу, порнографии, сатанизму и употреблению наркотиков и алкоголя (Landers, 1988). Какие возможные объяснения вы могли бы предложить для этой корреляции?>

Однако другие, в том числе психологи Уильям Дэмон (Damon, 1995), Робин Дэйвс (Dawes, 1994), Марк Лири (Leary, 1998) и Мартин Селигман (Seligman, 1994), усомнились в том, что самоуважение — на самом деле «те доспехи, которые способны защитить детей» от неуспеваемости (или от увлечения наркотиками и правонарушений). Не исключено, что ситуация диаметрально противоположна и что недостаточное самоуважение есть результат проблем и неудач. Возможно, чувство собственного достоинства зачастую лишь отражает реальность и то, как складывается наша жизнь, или произрастает из достижений, являющихся результатом тяжелого труда. Поступай разумно — и ты будешь уважать себя; грубо ошибайся, терпи неудачи — и ты будешь чувствовать себя последним болваном. Результаты исследования, проведенного с участием 635 норвежских школьников, позволяют предположить, что цепочка золотых звездочек возле имени ученика на доске успеваемости и постоянные похвалы восхищающегося им учителя способствуют росту самоуважения ребенка (Skaalvic & Hagtvet, 1994). Но не исключено, что корреляция самоуважения и достижений есть следствие связи и первого, и второго с такими базовыми параметрами, как интеллект и социальный статус семьи.

О том, что это возможно, свидетельствуют результаты двух исследований: в первом национальная выборка составила 1600 американцев — молодых мужчин, а во втором — 715 юношей — жителей штата Миннесота (Bachman & O'Malley, 1977; Maruyama et al., 1981). После того как исследователи статистически исключили влияние интеллекта и статуса семьи, от корреляции

самоуважения и достижений не осталось и следа.

Современные корреляционные методики могут наводить на мысль о причинно-следственных связях. *Отсроченные* корреляции (*time-lagged correlations*) выявляют *последовательность* событий (по ним, например, отмечают, когда изменение достижений проявляется чаще — до изменения самоуважения или после него). Исследователи могут также использовать статистические методики, исключающие влияние «мешающих» переменных. Так, авторы упомянутых выше работ не обнаружили никакой корреляции между самоуважением и достижением после того, как устранили различия в интеллекте и статусе семьи. (Для людей с примерно равным интеллектом, принадлежащих к семьям примерно одинакового статуса, корреляция между самоуважением и достижением была минимальной.) Группа исследователей из Шотландии заинтересовалась, сохранится ли связь между статусом и продолжительностью жизни, если они исключат такой фактор, как курение, которое сейчас гораздо меньше распространено среди людей с высоким социальным статусом. Эта связь сохранилась, что дало основание считать: более высокая смертность среди бедняков отчасти объясняется и другими факторами — такими, например, как более высокий уровень стресса и снижение чувства контроля.

Итак, сильной стороной корреляционного исследования является то, что его можно проводить в реальных условиях и изучать влияние таких факторов, как расовая принадлежность, пол и социальный статус, которыми невозможно манипулировать в лаборатории. Огромный недостаток корреляционного исследования — неоднозначность его результатов. Это обстоятельство крайне важно. Если мало сказать о нем людям 25 раз, чтобы они это поняли, стоит не пожалеть времени и повторить 26-й: зная, что изменение одной переменной вызывает изменение другой, мы можем предсказывать первую, если нам известна вторая, однако корреляция ничего не говорит о том, что является причиной, а что — следствием.

Опросы общественного мнения

Как измеряются такие переменные, как статус и состояние здоровья? Один способ заключается в обследовании репрезентативных выборок людей. Примером репрезентативной выборки является **случайная выборка**, т. е. такая группа людей, шансы на попадание в которую у всех представителей изучаемой популяции равны. При таком подходе все подгруппы населения: блондины, любители бега трусцой и либералы — будут представлены в выборке в пропорции, отражающей их представительство во всем населении.

Поразительно, но если в исследовании участвуют 1200 случайно отобранных людей (неважно, изучаем ли мы население какого-либо города или всей страны), на 95% можно быть уверенными в том, что ошибка определения не превысит 3%. Представьте себе огромный кувшин, наполненный бобами, половина из которых красные, а половина — белые. Отберите, не глядя, 1200 штук и можете на 95% быть уверенными в том, что среди отобранных вами бобов — от 47 до 53% красных. И не имеет никакого значения, сколько бобов в кувшине — 10 тысяч или 100 миллионов. Если предположить, что красные бобы — это сторонники одного кандидата в президенты, а белые — сторонники его соперника, то можно понять, почему, начиная с 1950 г., результаты опросов Гэллапа [Опрос общественного мнения, проводимый Американским институтом общественного мнения. — *Примеч. ред.*] непосредственно перед президентскими выборами отличаются от результатов голосования в среднем менее чем на 2%. Как по нескольким каплям крови можно судить о состоянии всего организма, так и по случайной выборке можно судить обо всем населении.

Помните, однако, что результаты опросов общественного мнения не предсказывают — в буквальном смысле этого слова — результатов голосования; они всего лишь констатируют состояние общественного мнения в тот момент времени, когда они проводились. Общественное мнение может измениться. Оценивая результаты его изучения, мы также не должны забывать о четырех факторах, способных исказить их: о нерепрезентативной выборке, о порядке предъявления вопросов, о предложенных вариантах ответов и о формулировке вопросов.

Нерепрезентативные выборки. При проведении опросов общественного мнения важна не только численность выборки, но и то, насколько она соответствует изучаемой популяции. В 1984 г. ведущая постоянной газетной рубрики Энн Ландерс согласилась с предложением автора одного из писем выяснить, как ее читатели относятся к утверждению, что для женщин чувства важнее секса.

Журналистка сформулировала свой вопрос следующим образом: «Удовлетворили бы вас нежные и близкие отношения без сексуальных контактов?» Из более чем 100 000 женщин, принявших участие в опросе, 72% ответили утвердительно. Опрос вызвал огромный резонанс. Отвечая своим критикам, Ландерс писала: «Возможно, участницы опроса и не представляют всех женщин Америки. Однако они дают истинное и ценное представление о некоем срезе общества, потому что мою колонку читают люди, принадлежащие к разным слоям общества, это примерно 70 миллионов человек» (Landers, 1985, p. 45). Однако вопросы все же остаются. Представляют ли 70 миллионов читателей все население? И можно ли считать, что одна из 700 читательниц, принявшая участие в опросе, представляет остальных 699 читательниц, не участвовавших в нем?

Важность репрезентативности была наглядно продемонстрирована в 1936 г., когда редакция еженедельника *Literary Digest* в связи с предстоящими президентскими выборами провела опрос общественного мнения, для чего разослала по почте 10 миллионов анкет. Количество заполненных вернувшихся анкет превысило 2 миллиона, и ответы респондентов свидетельствовали об убедительной победе Альфа Ландона над Франклином Д. Рузвельтом. Через несколько дней, когда состоялись выборы, оказалось, что Ландон победил всего лишь в двух штатах. Редакция послала анкеты только тем, чьи адреса смогла узнать из телефонных книг и из списков автовладельцев, обойдя вниманием тех, у кого не было ни телефона, ни машины (Cleghorn, 1980).

Нерепрезентативность выборки способна обесценить результаты даже безупречно проведенного опроса. Результаты опросов мнений по политическим вопросам, которые проводятся одновременно, отличаются друг от друга более чем на 3%, хотя ошибка каждого не превышает 3%. Одно из объяснений подобных расхождений заключается в том, что около 30% из числа изначально включенных в выборку людей отказываются отвечать на вопросы или оказываются недоступными для тех, кто проводит опрос, т. е. реальная выборка менее репрезентативна, нежели «теоретическая» (Converse & Traugott, 1986). Так, во время одной общенациональной избирательной кампании избирателей опрашивали по телефону. Подсчет голосов тех, до кого удалось дозвониться с первого раза, показал, что кандидат от консерваторов опережает своего соперника на 3 пункта. Когда же результаты пересчитали после того, как удалось дозвониться до всех, преимущество консерватора стало более очевидным и составило 13 пунктов. (Несомненно, приверженцы консервативных взглядов не любят сидеть дома.)

{Даже опросы, которые проводятся при выходе с избирательных участков, требуют случайной (а значит, и репрезентативной) выборки избирателей}

Порядок предъявления вопросов. Располагая репрезентативной выборкой, необходимо обратить внимание и на другие источники ошибок, например на последовательность предъявления вопросов. Когда у американцев спросили: «Следует ли позволить японскому правительству ограничить количество продаваемых в Японии американских товаров?» — большинство ответило отрицательно (Schuman & Ludwig, 1983). Одновременно две трети эквивалентной выборки на тот же самый вопрос ответили утвердительно, потому что сначала им был задан такой вопрос: «Следует ли разрешить американскому правительству ограничить количество продаваемых в США японских товаров?». Большинство респондентов сказали, что США имеет право ограничить импорт. Чтобы не показаться непоследовательными, они не смогли отказать в таком праве и Японии.

Предлагаемые варианты ответов. Рассмотрим впечатляющие последствия предлагаемых вариантов ответов. Когда Йооп ван дер Плихт и его коллеги спросили имеющих право голоса британцев, какое количество электроэнергии они хотели бы получать от атомных станций (в процентах от общего количества электроэнергии, вырабатываемого Великобританией), средний ответ составил 41% (Plight, 1987). Когда же они спрашивали других респондентов, какое количество электроэнергии они хотели бы получать от электростанций, работающих: а) на ядерном топливе, б) на угле, в) на других источниках, лишь 21% опрошенных отдали предпочтение атомным станциям.

Аналогичная ситуация возникла и тогда, когда Говард Шуман и Жаклин Скотт обратились к американцам с вопросом: «Что вы считаете самой важной проблемой современной Америки: энергетический кризис, качество преподавания в государственных школах, легализацию абортов или загрязнение окружающей среды? Если вы считаете самой важной какую-нибудь иную проблему, назовите ее» (Schuman & Scott, 1987). Большинство респондентов (32%) признали основной проблемой качество преподавания в государственных школах. Когда же другим людям был задан вопрос: «Какую проблему вы считаете самой важной для современной Америки?», лишь 1% опрошенных назвали

школы. Так что помните: форма вопроса может предопределить ответ.

{Центр изучения общественного мнения Института социальных исследований при Университете штата Мичиган имеет 60 снабженных компьютерами кабин для индивидуальной работы интервьюеров. Сотрудники и посетители Центра дают подписку о неразглашении результатов интервью}

Формулировка вопросов. Ответы могут также зависеть и от того, насколько точно сформулированы вопросы. В ходе проведения одного опроса выяснилось: только 23% американцев считают, что правительство тратит слишком много «на помощь бедным». Одновременно 53% опрошенных сказали, что правительство тратит слишком много на «социальное обеспечение» (Time, 1994). Подобным образом большинство респондентов высказалась за сокращение «помощи заграницe» и за увеличение расходов на «борьбу с голодом в других странах» (Simon, 1996). Даже едва уловимые изменения в тоне вопроса могут оказать огромное влияние (Knorsnick & Schuman, 1988; Schuman & Kalton, 1985). «Запретить» что-либо может означать то же самое, что и «не разрешать». Однако в 1940 г. за «запрет» в Америке антидемократических речей высказались 54% американцев, а за то, чтобы они «не были разрешены», — 75%. Формулировка вопросов для проведения опросов общественного мнения — весьма тонкая «материя». Даже тогда, когда люди говорят, что имеют совершенно определенное мнение по тому или иному поводу, тип вопроса и его формулировка могут повлиять на их ответы. Влияние, оказываемое порядком предъявления вопросов и их формулировками, а также вариантами предлагаемых ответов, позволяет недобросовестным политикам использовать опросы общественного мнения для демонстрации общественной поддержки своих взглядов. Способы, которыми пользуются консультанты, советники и врачи для того, чтобы «подтолкнуть» нас к определенному выбору, тоже способны оказать подобное «дезорганизующее» влияние на наши решения. Поэтому не приходится удивляться тому, что в 1994 г. «мясное лобби» препятствовало принятию нового закона США о маркировке продуктов питания, в соответствии с которым на говяжьем фарше, в частности, следовало писать не «70% постного мяса, 30% жира», а «30% жира».

(— Ладно, один последний вопрос: «Что вы вообще думаете об опросах общественного мнения?»

— Если честно, мне кажется, что их слишком много и что они часто превращаются в самоосуществляющееся пророчество. Вопросы сформулированы так, что очень трудно не дать тот ответ, которого от тебя ждут.

— А по-моему, Майк, ты заблуждаешься. По данным недавнего опроса, 93% респондентов считают, что опросы никак не влияют на их мнение.

— Ну, возможно. Я могу и ошибаться. — В таком случае, я отмечаю, что ты не уверен?)

Исследователи, которые проводят опросы общественного мнения, должны чутко реагировать на едва различимые и вполне различимые источники ошибок

<Один молодой монах очень рассердился, когда у него спросили, смог бы он курить во время молитвы. «Вы не о том спрашиваете, — посоветовал очевидец. — Спросите, смог бы он молиться, когда курит». *Кроссен*, 1993>

Мораль: формулировка вопросов может иметь большое значение. Рассказывают, что однажды одному султану приснилось, будто он потерял все свои зубы. Желая узнать, что значит этот сон, он призвал к себе первого мудреца. «Увы! — сказал мудрец. — Это означает, что ты увидишь, как умрут все члены твоей семьи». Султан рассвирепел и приказал наказать того, кто посмел сообщить ему такую дурную весть. Первый мудрец получил 50 ударов плетью. Когда же призвали второго мудреца, тот объяснил, что у султана — счастливая судьба: «Ты переживешь всю свою родню!» Султан обрадовался и велел казначею наградить мудреца за хорошую новость — дать ему 50 кусков золота.

По дороге растерянный казначей не удержался: «Ты же сказал султану то же самое, что и первый мудрец!» — «Конечно! — ответил второй мудрец. — Но запомни: важно не только, что ты говоришь, но и как».

Экспериментальное исследование: поиск причины и следствия

Невозможность установить причинно-следственную связь между событиями, естественным образом связанными между собой, подтолкнула большинство социальных психологов к имитации в лабораторных условиях происходящих в повседневности процессов, которые возможно и этично «инсценировать». Подобные имитации можно сравнить с испытаниями в аэродинамической трубе, которые проводят конструкторы летательных аппаратов: они ведь не начинают с наблюдений за тем, как летательные аппараты ведут себя при различных атмосферных условиях. Изменения, происходящие как в атмосфере, так и с летательными аппаратами, столь сложны, что трудно было бы использовать полученную при этом информацию для создания более совершенных воздушных судов. Конструкторы самолетов потому и имитируют реальность, что дает им возможность контролировать ее. Они могут «создать» ветер любой силы и направления и наблюдать за тем, как «каждый конкретный воздушный поток» влияет на ту или иную конструкцию крыла.

Контроль: независимые переменные

Социальные психологи экспериментируют так же, как создатели летательных аппаратов: они воспроизводят социальные ситуации, имитирующие основные параметры нашей повседневности. Манипулируя одновременно одним или двумя факторами, которые называются **независимыми переменными**, экспериментатор фиксирует те изменения, которые при этом происходят с нами. Аналогично тому как аэродинамическая труба помогает конструктору летательных аппаратов в изучении законов аэродинамики, так и эксперимент помогает социальному психологу понять принципы социального мышления, социального влияния и социальных отношений. Конечной целью экспериментов с аэродинамической трубой является постижение объективных законов, которым подчиняется движение воздушных судов, и прогнозирование эксплуатационных характеристик сложных летательных аппаратов. Социальные психологи экспериментируют для того, чтобы понять сложное человеческое поведение и научиться прогнозировать его. Их цель — понять, почему разные люди в разное время и в разных ситуациях ведут себя по-разному.

Примерно три четверти всех исследований социальных психологов — это исследования, выполненные с использованием экспериментального метода (Higbee et al., 1982), а два исследования из трех проведены в лабораторных условиях (Adair et al., 1985). Чтобы понять, что такое лабораторный эксперимент, рассмотрим два эксперимента, типичных для изучения предрассудков и агрессии, о которых будет рассказано ниже. Каждый из них предлагает возможное причинно-следственное объяснение коррелирующих между собой результатов.

Первый эксперимент касается предвзятого отношения к людям с избыточным весом. Окружающие часто считают их нерасторопными, ленивыми и неряшливыми (Ryckman et al., 1989). Порождают ли подобные установки дискриминацию? Чтобы ответить на этот вопрос, Стивен Гортмейкер и его коллеги обследовали 370 тучных человек в возрасте от 16 до 24 лет (Gotrmaker et al., 1993). Повторив обследование через 7 лет, авторы обнаружили, что две трети женщин по-прежнему имели избыточный вес и что у них было меньше шансов на замужество и на хорошо оплачиваемую работу, чем у 5000 других женщин, входивших в контрольную группу. Даже после того как экспериментальные данные были откорректированы с учетом результатов тестирования способностей,

расовой принадлежности и экономического статуса родителей, оказалось, что годовой доход тучных женщин на $7000 меньше среднего годового дохода.

Хотя внесение некоторых других корректировок и дает основание для того, чтобы объяснить корреляцию тучности и более низкого статуса дискриминацией тучных людей, абсолютной уверенности в этом у нас нет. (А какие другие объяснения могли бы предложить вы сами?) Рассмотрим исследование, проведенное социальными психологами Марком Снайдером и Джули Хоген (Snyder & Haugen, 1994; 1995). Они попросили 76 юношей, студентов Миннесотского университета, познакомиться по телефону с одной из 76 студенток. Каждому юноше была предъявлена фотография, и было сказано, что ему предстоит разговаривать именно с этой девушкой. Одной половине участников эксперимента были показаны фотографии тучных женщин (которые на самом деле не «предназначались» им в собеседницы), а второй половине — фотографии женщин с нормальным весом. Одна часть эксперимента заключалась в том, что мужчины должны были составить впечатление о личностных качествах своих собеседниц. Последующий анализ «женской части» телефонных диалогов показал, что женщины разговаривали более холодно и сдержанно, если звонивший им мужчина считал, что беседует с толстушкой. Понятно, что поведение этих мужчин подтолкнуло собеседниц подтвердить их (мужчин) мнение о том, что женщины-толстушки непривлекательны. Так проявились предубежденность и дискриминация. Памятуя о влиянии установок мачехи на поведение Золушки, возможно, стоит назвать этот феномен «эффектом Золушки».

В качестве второго примера того, как эксперименты проясняют причинно-следственную связь, рассмотрим корреляцию между просмотром телепередач и поведением детей. Дети, которые смотрят много телепередач, пропагандирующих жестокость, более склонны к проявлениям агрессии, чем те, кто смотрит их лишь изредка. Это позволяет говорить о том, что дети, возможно, учатся на примере экранных героев. Надеюсь, вы уже поняли, что речь идет о выявлении корреляции. Рисунок 1.5 напоминает нам о существовании двух других интерпретаций причинно-следственных связей, в которых телевидение не рассматривается как причина детской агрессии. (Как вы думаете, в чем они заключаются?)

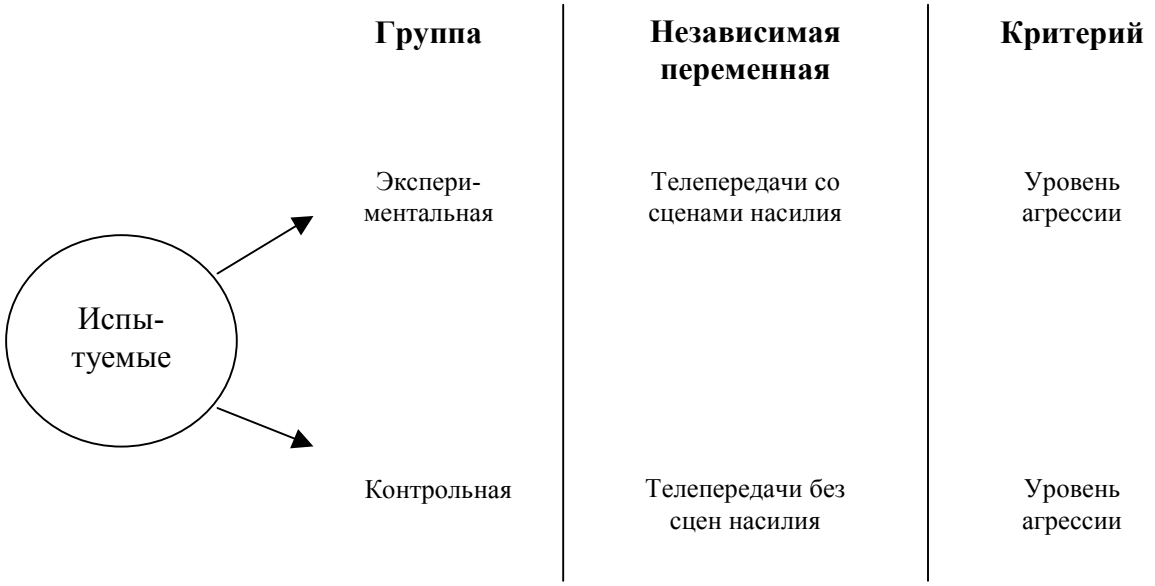


Рис. 1.5. Участники эксперимента методом случайного распределения поделены на две группы — экспериментальную и контрольную. Члены первой группы подвергаются воздействию независимой переменной, члены второй — нет. Это позволяет связать любое различие между ними, наблюдаемое впоследствии, с воздействием этой независимой переменной

Иными словами, социальные психологи перенесли просмотр телепередач в лабораторию, что позволило им контролировать «количество» жестокости, свидетелями которой становились дети. Предъявляя детям передачи, содержащие сцены насилия и не содержащие их, исследователи получают возможность наблюдать за тем, как «количество телевизионного насилия» влияет на их поведение. Крис

Бойятзис и его коллеги показали лишь нескольким ученикам начальной школы один эпизод из наиболее популярной в 1990-е гг. — и жестокой — детской телепередачи «Непобедимые рейнджеры» (Boyatzis et al., 1995). В течение первых двух минут после этого зрители совершили в 7 раз больше агрессивных поступков, чем дети, которые не смотрели телевизор. Эти проявления агрессии были названы **зависимыми переменными**. Подобные эксперименты свидетельствуют о том, что телевидение может быть причиной агрессивного поведения детей.

Итак, мы уже поняли, что логика эксперимента проста: создавая реальность в миниатюре и контролируя ее, мы можем изменять сначала один фактор, а затем — другой и смотреть, как они (поодиночке или вместе) влияют на людей. Теперь давайте заглянем в корень проблемы и посмотрим, как проводится эксперимент.

{Рекламный плакат программы «Останови насилие, спаси детей!», действующей в г. Нью-Йорке. Правда ли, что, пропагандируя жестокость, телевидение и другие средства массовой информации вербуют подражателей, особенно среди детей? Эксперименты позволяют говорить о том, что это правда}

Каждый эксперимент в социальной психологии имеет две важные составляющие. Пока что мы говорили об одной из них — о контроле. Мы манипулируем одной или двумя независимыми переменными, стараясь поддерживать все остальные параметры постоянными. Второй составляющей является случайное распределение.

Случайное распределение: великий уравнитель

Вспомните: мы сомневались в том, можно ли на основании корреляции признать, что тучность — причина более низкого статуса (вследствие дискриминации) и что просмотр телепередач со сценами насилия — причина агрессивного поведения (дополнительные примеры представлены в табл. 1.1). Исследователь мог бы измерить и исключить (с помощью статистических методов) другие факторы, относящиеся к ситуации и способные оказать влияние, и посмотреть, сохранятся ли корреляции после этого. Однако никому никогда не удастся проконтролировать все факторы, ответственные за различия между тучными людьми и людьми с нормальным весом и между теми, кто смотрит передачи со сценами насилия, и теми, кто их не смотрит. Не исключено, что «потребители тележестокости» отличаются друг от друга уровнем образования, культуры, интеллектом или многими иными параметрами, которые не были приняты во внимание исследователем.

Таблица 1.1. Корреляционные и экспериментальные исследования

	Могут ли участники эксперимента быть распределены случайным образом?	**Независимая переменная**	**Зависимая переменная**
Правда ли, что рано повзрослевшие дети более уверены в себе?	Нет —> Корреляция		
При каких условиях учащиеся приобретают больше знаний? Если они получают знания через интерактивные курсы или в классе?	Да —> Эксперимент	Обучение через интерактивные курсы или в классе	Знания
Усиливают ли агрессивность видеоигры с элементами насилия?	Да —> Эксперимент	Компьютерные игры с элементами насилия или без них	Агрессивность
Когда люди больше смеются над комедиями? Когда смотрят их в одиночестве или вместе с	Ответьте на этот вопрос сами		

другими?			
Прогнозируют ли школьные отметки профессиональный успех?	Нет —> Корреляция		
Правда ли, что люди с более высоким доходом относятся к себе с большим уважением?	Ответьте на этот вопрос сами		

Случайное распределение радикально решает эту проблему, устраняя все подобные внешние факторы. Оно предоставляет всем индивидуумам равные шансы на то, чтобы смотреть передачи со сценами насилия или без них. Иными словами, люди в обеих группах будут по всем возможным параметрам — семейное положение, интеллект, образование, начальная агрессивность — примерно одинаковыми. Так, вероятность попадания высокоинтеллектуальных индивидуумов в обе группы одинакова. Поскольку принцип случайного распределения создает эквивалентные группы, любое их различие по такому параметру, как агрессивность, которое будет выявлено в дальнейшем, можно будет связать с тем, смотрели ли они передачи с эпизодами насилия или нет (рис. 1.5). Именно благодаря случайному распределению миннесотских студентов, участвовавших в эксперименте с фотографиями, их убежденность в излишней полноте телефонных собеседниц должна была оказать влияние на поведение последних.

Этика экспериментатора

Наш пример с телевизионными передачами показывает, почему некоторые эксперименты небезупречны с точки зрения этики. Социальным психологам не следовало бы подолгу держать одну группу детей у телевизора во время демонстрации сцен насилия. Им, скорее, нужно было бы быстро изменить социальный опыт людей и зафиксировать результат. Иногда участие в эксперименте безвредно, оно может даже доставить удовольствие, и люди сами соглашаются на это. Однако в некоторых случаях исследователи оказываются в некой серой зоне между «безвредно» и «рискованно».

Нередко социальные психологи оказываются в этически «серой» зоне, когда планируют проведение экспериментов, требующих от участников активной умственной деятельности и эмоционального напряжения. Экспериментам не обязательно должно быть присуще то, что Эллиот Аронсон, Мерилин Брюер и Меррилл Карлсмит называют **бытовым реализмом** (Aronson, Brewer & Carlsmith, 1985), т. е. поведение в лаборатории (например, наказание электрошоком как часть экспериментального изучения агрессии) не должно быть в точности похоже на поведение в быту. Для многих исследователей подобный реализм воистину является бытовым, а потому неважным. А вот что непременно должно присутствовать в эксперименте, так это **экспериментальный реализм**, т. е. он должен увлекать участвующих в нем людей. Экспериментатору не нужно, чтобы испытуемые сознательно играли какие-либо роли или «отбывали повинность», он ждет от них вовлеченности в настоящие психологические процессы. Вынуждая людей выбирать для наказания «провинившегося» сильный или не очень сильный электрошок, экспериментатор тем самым получает вполне реалистичное представление об их агрессивности. Функционально это имитирует реальную агрессивность.

Экспериментальный реализм иногда достигается ценой обмана: людям рассказывают какую-нибудь достоверную байку. Экспериментатор вовсе не хочет, чтобы испытуемые знали, что на самом деле никто никакого электрошока не получает. Иначе от экспериментального реализма ничего не останется. Именно поэтому около трети психологических исследований (впрочем, их количество уменьшается) построены на обмане, хоть и проводились для выяснения истины (Korn & Nicks, 1993; Vitelli, 1988).

Экспериментаторы также заинтересованы в том, чтобы участники эксперимента не узнали, каких результатов они ждут, и чтобы не начали «подыгрывать» исследователям, желая быть «хорошими испытуемыми», или, напротив, будучи в дурном расположении духа, не стали действовать им «назло». По мнению украинского профессора Анатолия Колядного, не приходится удивляться тому, что при проведении опроса общественного мнения в 1990 г., когда у власти были Советы и коммунисты, только 15% респондентов назвали себя «верующими», а в посткоммунистической Украине таковых оказалось уже 70% (Nielsen, 1998). Слова экспериментатора, его интонации и жесты могут помимо его воли подтолкнуть испытуемых к желаемым реакциям. Чтобы минимизировать подобные **поведенческие**

подсказки экспериментатора, т. е. особенности его поведения, якобы «требующие» от испытуемых определенного ответного действия, — исследователи, как правило, стандартизируют свои инструкции или используют их компьютерные версии.

(— Извините, Ваше Высочество, но на самом деле Вы вовсе не диктатор Итуании, маленькой европейской страны. И самой Итуании тоже нет. Толпы поклонников, военные парады, этот кабинет... — все это мы устроили для эксперимента. Мы изучаем психологию человека. На самом деле, Ваше Высочество, Вы — Эдвард Белчер. Вы живете в Нью-Йорке, на Лонг-Айленде. Пора отправляться домой, Эдди!)

Оборотная сторона медали

Исследователь, разрабатывающий сценарии экспериментов, которые могли бы быть привлекательными еще и с точки зрения этики, похож на балансирующего канатоходца. Человек, который верит в то, что причиняет кому-то боль, или испытывает сильное социальное давление, которое оказывают, чтобы посмотреть, изменит он свое мнение или нет, может в течение какого-то времени чувствовать себя «не в своей тарелке». Подобные эксперименты поднимают старый, как мир, вопрос: оправдывают ли цели средства, использованные для их достижения? Можно ли оправдать обман людей, а иногда и их огорчения тем, что у исследователя не было другого способа проникнуть в суть изучаемых явлений?

В наши дни Университетская комиссия по этике пересматривает требования, предъявляемые к социально-психологическим исследованиям, которые могут быть названы гуманными. Этические принципы, разработанные Американской психологической ассоциацией (1981, 1992) и Психологическим обществом Великобритании (1991), требуют от исследователей:

— Сообщайте потенциальным испытуемым столько сведений об эксперименте, сколько нужно для того, чтобы их согласие на участие в эксперименте было согласием, основанным на информированности.

— Будьте правдивыми. Прибегайте к обману только тогда, когда это необходимо и оправдано значимостью стоящей перед вами цели, а не для того, «чтобы заручиться их согласием на участие в эксперименте».

— Защищайте людей от возможных вредных последствий и существенного дискомфорта.

— Не разглашайте информацию об участниках экспериментов.

— По окончании эксперимента предоставьте участникам полную информацию о нем, в том

числе и об обмане, если таковой имел место. Исключение из этого правила составляют только те случаи, когда информация о результатах может огорчить участников — например, если кто-то поймет, что был глуп или жесток.

Экспериментатор должен быть достаточно информативным и деликатным, чтобы после эксперимента мнение людей о самих себе как минимум не стало хуже того, которое было до эксперимента. А еще лучше отблагодарить участников эксперимента, например рассказать им что-нибудь о природе психологического исследования. При уважительном отношении лишь немногие участники экспериментов возражают против того, чтобы их обманывали (Epley & Huff, 1998; Kimmel, 1998). У защитников социальной психологии есть все основания говорить о том, что профессора, устраивающие экзамены и переэкзаменовки, нервируют и огорчают своих студентов значительно сильнее, чем нынешние исследователи — участников своих экспериментов.

Обобщение и практическое использование результатов лабораторных исследований

Как показывает изучение влияния на детей «телевизионной жестокости», социальная психология сочетает повседневную практику и лабораторный анализ. Примеры аналогичного подхода вы найдете во всех главах этой книги: приведенные в них данные являются преимущественно результатами лабораторных исследований, а иллюстрации взяты в основном из жизни. Опыт социальной психологии — доказательство того, насколько благотворно взаимопроникновение лабораторных исследований и повседневной жизни. Нередко неясные предчувствия, возникшие под влиянием повседневности, становятся толчком к проведению лабораторных экспериментов, которые помогают нам глубже понять наш собственный опыт.

Эта взаимосвязь проявилась при изучении влияния телевидения на детей. Тему лабораторных исследований подсказало содержание телепередач. Телевизионщики и политики, т. е. люди, способные оказывать влияние, сегодня уже осведомлены об этих результатах. Соответствие лабораторных данных тому, что наблюдается в реальной жизни, характерно не только для влияния телевидения; оно присуще и исследованиям во многих других сферах, в том числе и изучению оказания помощи, стиля руководства, депрессии и самоэффективности. Зависимости, выявленные в лаборатории, были подтверждены в ходе проведения полевых исследований. «В психологической лаборатории преимущественно рождаются не банальности, а психологические истины» (Anderson et al., 1999).

Однако в том, что касается обобщения результатов лабораторных исследований и их переноса в жизнь, следует проявлять осторожность. Хотя в лаборатории и проявляются базовые движущие силы человеческого существования, тем не менее в ней работают с упрощенной и контролируемой моделью реальности. Лабораторные исследования говорят нам о том, что можно ожидать от изменения параметра *X* при условии, что все остальные параметры остаются неизменными, но в реальной жизни такого никогда не бывает. Более того, как вы сами увидите, участниками многих экспериментов становятся студенты колледжей. Хоть это и может помочь вам идентифицировать себя с ними, вряд ли студентов колледжей можно назвать случайной выборкой всего человечества. Получили бы мы те же самые результаты, если бы привлекли к участию в эксперименте людей другого возраста, более (или менее) образованных и принадлежащих к другим культурам? Этот вопрос постоянно остается открытым.

Тем не менее мы можем провести границу между содержанием мышления людей и их действиями (например, их установками) и процессом, посредством которого они думают и действуют (например, механизмом влияния установок на действия и наоборот). Принадлежность к определенной культуре оказывает большее влияние на содержание, чем на процесс. Люди, представляющие разные культуры, могут придерживаться разных мнений, но выражают они их одинаково. Рассмотрим два примера.

— На острове Пуэрто-Рико, принадлежащем США, студенты колледжей чувствуют себя более одинокими, чем студенты колледжей на материке. Однако «ингредиенты» одиночества в обеих культурах практически одинаковые — робость, отсутствие определенной цели в жизни и невысокое самоуважение (Jones et al., 1985).

— Школьники, принадлежащие к разным этническим группам, отличаются как успеваемостью, так и склонностью к правонарушениям, однако эти различия «не толще кожи» (David Rowe et al., 1994).

Во всех этнических группах состав семьи, влияние товарищей и культурный уровень родителей в одинаковой мере позволяют прогнозировать академические успехи детей или их конфликты с законом.

Мы можем вести себя по-разному, но на наше поведение влияют одни и те же социальные силы.

Выводы

Обобщая результаты своих исследований в соответствии с выдвинутыми идеями, социальные психологи создают теории. Хорошая теория превращает множество различных фактов в значительно более короткий перечень прогностических принципов. Мы можем использовать их для подтверждения или модифицирования теории, для проведения нового исследования и выдачи практических рекомендаций.

Большинство исследований в социальной психологии — это либо корреляционные исследования, либо экспериментальные. Корреляционные исследования, для проведения которых иногда используются методы систематических опросов, выявляют связь между переменными, например связь между образовательным уровнем и уровнем дохода. Знать, что между двумя параметрами существует естественная связь, полезно, однако такая связь редко позволяет сделать вывод о том, что является причиной, а что — следствием.

Когда это возможно, социальные психологи предпочитают проводить эксперименты, выявляющие причинно-следственную связь. Создавая реальность в миниатюре и контролируя ее, экспериментаторы получают возможность изменять последовательно один параметр за другим и смотреть, как они — порознь или вместе — влияют на поведение испытуемых. Руководствуясь принципом случайного распределения, мы распределяем испытуемых по двум группам — экспериментальной, члены которой подвергаются воздействию независимой переменной, и контрольной, члены которой не подвергаются такому влиянию. Это позволяет нам в дальнейшем приписать любое различие в поведении членов двух групп действию независимой переменной.

Разрабатывая сценарии экспериментов, социальные психологи иногда создают такие «инсценировки», которые требуют от испытуемых эмоционального напряжения. Поступая таким образом, они обязаны следовать требованиям кодекса профессиональной этики, к числу которых относятся информирование потенциальных испытуемых как непременное условие получения их согласия на участие в эксперименте, непричинение вреда испытуемым и последующее исчерпывающее объяснение любого временного обмана. Лабораторные исследования позволяют социальным психологам проверять идеи, появляющиеся в результате наблюдений за повседневностью, и затем использовать полученные при этом результаты в виде практических рекомендаций.

Постскриптум автора

Что побудило меня написать эту книгу?

Каждая глава седьмого издания завершается кратким изложением собственных размышлений автора о значении социальной психологии в нашей жизни.

Я пишу эту книгу об основных, незыблемых принципах социальной психологии в надежде на то, что ее чтение доставит вам не меньшую радость, чем мне — работа над ней. Основные принципы социальной психологии — я убежден в этом — способны расширить ваш кругозор и обогатить вашу жизнь. Если, когда вы закончите чтение этой книги, ваши навыки критического мышления станут более совершенными, а ваше понимание того, как мы воспринимаем друг друга и влияем друг на друга, почему мы симпатизируем и помогаем одним и ненавидим других и причиняем им вред, — более глубоким, я, ваш автор, буду вполне удовлетворен, а вы, мои читатели, — я верю в это — будете вознаграждены за свой труд.

Я пишу с чувством, которое, я надеюсь, можно назвать «дисциплинированной страстью», ибо знаю, что многие мои читатели находятся в том возрасте, когда определяются жизненные цели, формируется личность, складывается система ценностей и установок. Писатель Чейм Поток вспоминает, как мать уговаривала его отказаться от мысли стать писателем: «Выучись на нейрохирурга. Ты многих сможешь спасти от смерти и заработаешь гораздо больше денег». На это будущий писатель

ответил: «Мама, я не хочу спасать людей от смерти; я хочу показать им, как жить» (цит. по: Peterson, 1992, p. 47).

Многими из нас, преподающими социальную психологию и пишущими о ней, руководит не только желание сделать знания в этой области достоянием как можно большего числа людей, но и желание помочь студентам сделать их жизнь более интересной и полноценной. Этим мы похожи на преподавателей и исследователей из других областей научного знания. «Почему мы пишем? — спрашивает теолог Роберт Макафи Браун. — Я полагаю, что не только ради наград, конечно ... *мы пишем, потому что хотим изменить существующее положение дел*. Мы пишем, потому что полагаем: мы можем привнести нечто новое. Это "нечто" может быть новым восприятием красоты, новым интуитивным проникновением в понимание самого себя, новым радостным событием или решением поддержать революцию» (цит. по: Marty, 1988). Что же касается меня, то я пишу в надежде внести свою лепту в обуздание интуиции критическим мышлением, в облагораживание склонности выносить суждения состраданием и в то, что на смену иллюзиям придет понимание.

Часть I. Социальное мышление

Последовательность изложения материала в этой книге соответствует данному нами определению социальной психологии как науки о том, что мы думаем друг о друге (часть I), как влияем друг на друга (часть II) и как относимся друг к другу (часть III).

В главах, посвященных социальному мышлению, рассказывается о том, как мы воспринимаем самих себя и окружающих. Так или иначе каждая из этих глав затрагивает вопрос, имеющий принципиальное значение: в какой мере наши социальные установки, объяснения и убеждения отражают реальность? Можно ли сказать, что наши представления о самих себе и об окружающих в большинстве случаев соответствуют действительности? В какой мере наше социальное мышление «предрасположено» к необъективности и к ошибкам и как приблизить его к реальности?

Глава 2 посвящена взаимосвязи между нашим представлением о себе и окружающим нас миром. Как социальное окружение формирует нашу самоидентификацию? Как эгоизм искажает наши социальные суждения и мотивирует наше социальное поведение?

В главе 3 рассматриваются поразительные, а временами даже весьма занятные способы формирования убеждений о нашем окружении. Обсуждается также вопрос о том, с чем связана предрасположенность наших социальных убеждений к ошибкам.

Глава 4 посвящена связям между установками и поведением. Установки определяют наше поведение или наше поведение — установки? Или возможны оба варианта?

Глава 2. Я в социальном мире

Представьте себе, что вы — студент Принстонского университета и что вам и вашим сокурсникам Джеки Форауэр и Дэйл Миллер предложили принять участие в простом эксперименте (Vorauer & Miller, 1997). Вы приходите в лабораторию, и исследователи говорят вам, что цель эксперимента — выяснить восприятие испытуемыми студенческой жизни. Бросив монетку, они отправляют вашего товарища отвечать на вопросы анкеты, а вам предлагают собраться с мыслями перед предстоящим интервью. Спустя 15 минут экспериментатор разрешает вам взглянуть на безрадостный отчет вашего товарища:

«Не могу сказать, что доволен своей студенческой жизнью... Многое из того, что мы проходим, кажется мне очень трудным... Но самые ужасные мои воспоминания связаны с экзаменом по французскому языку, я вообще не понимаю, как не завалил его... В Принстоне я почти ни с кем не подружился, и мне чаще приходится полагаться на старых приятелей.»

Теперь ваш черед. Будет ли ваше описание собственного студенческого опыта более негативным, чем оно было бы, если бы вместо этого отчета вы, как другие испытуемые, прочитали отчет какого-либо студента, который написал, что хорошо учится, завел много замечательных друзей и приятелей и чувствует, что окружающие относятся к нему гораздо лучше, чем прежде? Именно это и

произошло с реальными студентами Принстона, принимавшими участие в лабораторном эксперименте. Позитивность их самопрезентаций отражала позитивность самопрезентаций их товарищей, однако самое удивительное заключается в другом: они не заметили, что их мышление подверглось социальному воздействию. Связь между социальным окружением и их самопрезентациями оказалась вне поля зрения студентов.

Это всего лишь один из многочисленных примеров трудноуловимых связей между тем, что происходит в окружающем мире, и тем, что происходит в наших головах. Вот другие примеры.

— *Социальное окружение влияет на самоощущение (self-awareness).* Будучи представителями разных культур, рас и полов, мы замечаем то, чем отличаемся от других и как окружающие реагируют на эти наши отличия. В тот самый день, когда я писал эти строки, один мой знакомый, американец европейского происхождения, только что возвратившийся из Непала, рассказывал, что, живя в небольшой деревушке, постоянно осознавал себя белым человеком; а часом позже одна моя приятельница, чернокожая американка, говорила мне, что в Африке она чувствовала себя американкой.

— *Эгоизм искажает социальные суждения.* Нас нельзя назвать объективными, бесстрастными оценщиками событий. Когда в отношениях, таких близких, как брак, возникают проблемы, мы обычно возлагаем бо́льшую ответственность за них на своих партнеров, а не на себя. Лишь немногие прошедшие через развод люди обвиняют в нем самих себя. Когда все идет хорошо — дома, на работе или в спортивной команде, — мы склонны приписывать это самим себе. Соревнуясь друг с другом за премии, ученые редко скромничают, оценивая собственный вклад в науку. После того как в 1923 году создателям инсулина Фредерику Бантингу и Джону Маклеоду была присуждена Нобелевская премия, Бантинг уверял всех в том, что Маклеод, возглавлявший в то время лабораторию, скорее мешал, нежели помогал ему, а Маклеод в речах, посвященных открытию, не упоминал своего соавтора (Ross, 1981).

— *Забота о себе мотивирует социальное поведение.* Многие наши действия можно назвать стратегическими. В надежде произвести благоприятное впечатление мы тратим миллиарды на косметику и всевозможные диеты. Подобно ловким политиканам, мы также не упускаем из виду ни поведения окружающих, ни ожиданий, которые они связывают с нами, и «подгоняем» под них свое поведение. Большая часть наших поступков продиктована заботой о собственном имидже.

<Ни одна тема не представляет для людей большего интереса, чем они сами. Более того, для большинства из них нет ничего интереснее их собственной персоны. *Рой Ф. Баумайстер*, The Self in Social Psychology, 1999>

Как следует из этих примеров, связь между нами и окружающими — это улица с двусторонним движением. Наши мысли и чувства, связанные с собственным Я, влияют на интерпретацию происходящих вокруг нас событий, на то, как мы их вспоминаем, и на наши реакции на окружающих. Окружающие же, в свою очередь, помогают нам формировать восприятие самих себя.

Именно поэтому сегодня Я — самая изучаемая проблема психологии. По сводкам журнала *Psychological Abstracts* [«Краткие обзоры по психологии». — *Примеч. науч. ред.*], в 1999 г. слово «я» было использовано в 9269 книгах и журнальных статей, что в 6 раз превышает количество публикаций, увидевших свет в 1970 г. Наше самовосприятие руководит нашими мыслями, чувствами и действиями. Этим и объясняется, почему мы начинаем свое знакомство с социальной психологией с Я-концепции (как мы приходим к пониманию самих себя) и с «Я в действии» (как наше самовосприятие управляет нашими установки и действиями).

Я-концепция: кто Я?

Что бы мы ни делали во время своего пребывания на космическом корабле под названием «Планета Земля», к каким бы логическим выводам ни приходили и что бы ни интерпретировали, что бы мы ни постигали и ни создавали, кого бы ни встречали и ни приветствовали, — мы все пропустим через себя, Знаем ли мы самих себя и насколько это знание соответствует действительности? Что определяет нашу Я-концепцию?

Кто вы? Поскольку вы — уникальное и сложное создание, у вас есть много возможностей дописать предложение «Я — ...». (Вы могли бы дать 5 ответов на этот вопрос? Каких?) Взятые вместе, эти ответы и дадут то, что называется вашей Я-концепцией.

В центре наших миров: наше чувство Я

Элементы вашей Я-концепции — убеждения, с помощью которых вы определяете себя, представляют собой ваши Я-схемы (Marcus & Wurf, 1987). *Схемы* — это шаблоны сознания, с помощью которых мы организуем наши миры. Наши *Я-схемы* — наше восприятие самих себя как спортивных, слишком толстых, умных или каких-либо еще — активно влияют на то, как мы обрабатываем социальную информацию. Они влияют на то, как мы воспринимаем, запоминаем и оцениваем и окружающих, и самих себя. Если занятие спортом является центральной частью вашей Я-концепции, то вы, скорее всего, будете обращать внимание на то, насколько тренированны фигуры других людей и какие спортивные навыки они демонстрируют. Вы будете без труда вспоминать эпизоды, связанные со спортом, и живо интересоваться информацией, соответствующей этой Я-схеме (Kihlstrom & Cantor, 1984). Я-схемы, которые составляют нашу Я-концепцию, действуют в нашем сознании подобно системе Дьюи [*Dewey Decimal System* — десятичная система классификации Дьюи (система Дьюи). Библиотечная система классификации книг, при которой все области знания делятся на 10 классов, а внутри каждого класса выделяются десятичные подклассы, разделы и подразделы. Разработана в 1876 г. Мелвилом Дьюи. — *Примеч. науч. ред.*], предназначенной для систематизации и поиска информации.

Ссылка на себя

Рассмотрим, как Я влияет на память (это явление известно как «эффект ссылки на себя»): *информация, релевантная нашим Я-концепциям, быстро обрабатывается и хорошо запоминается* (Higgins & Bargh, 1987; Kuiper & Rogers, 1979; Symons & Johnson, 1977). Возьмем, например, такое слово, как «общительный». Если вас спросят, подходит ли это определение к вам, вы лучше запомните его, чем если вас спросят, насколько оно подходит к кому-нибудь другому. Если нас попросят сравнить себя с каким-нибудь персонажем короткого рассказа, мы лучше запомним этот персонаж. Через два дня после разговора с кем-либо мы лучше всего вспоминаем то, что наш собеседник сказал про нас (Kahan & Johnson, 1992). Следовательно, воспоминания формируются вокруг наиболее интересного для нас «предмета» — нас самих. Когда мы думаем о чем-то, что имеет к нам прямое отношение, мы лучше это запоминаем.

Эффект ссылки на себя иллюстрирует основополагающий факт жизни: в центре нашего мира находится восприятие нашего собственного Я. Поскольку нам свойственно видеть себя главным действующим лицом, мы переоцениваем степень нацеленности на нас поведения окружающих. Нередко мы считаем себя ответственными за события, в которых играли лишь второстепенные роли (Fenigstein, 1984). Оценивая действия или поведение других людей, мы нередко непроизвольно сравниваем их с собственными действиями и поведением (Dunning & Hayes, 1996). А если во время какого-либо разговора мы услышим, что кто-то, не участвующий в нем, произнес наше имя, наш «слуховой радар» мгновенно переключает наше внимание с собеседника на этого человека.

{Воображаемые возможные Я Опры Уинфри, в том числе и Я-тучная, которого она смертельно боялась, Я-богатая и Я-готовая прийти на помощь, стали для нее стимулами трудиться ради достижения именно такой жизни, к какой она стремилась}

Так как в фокусе нашего зрения находится наша собственная персона, мы с готовностью допускаем, что и окружающие постоянно замечают и оценивают нас. Томас Гилович и его коллеги продемонстрировали это, попросив нескольких студентов Корнеллского университета перед тем, как войти в комнату, в которой сидели их товарищи, надеть футболки с портретом Барри Манилоу (Gilovich et al., 2000). [Барри Манилоу — поп-певец, композитор, звезда эстрады 1970-х гг. Его песни занимали первые строчки в хит-парадах, а практически каждая пластинка становилась платиновой. Свою карьеру он начал с выступлений в клубах с сомнительной репутацией.] Юноши смущались, заходя в комнату, так как думали, что уж никак не меньше половины приятелей заметят их «наряд». На самом же деле на него обратили внимание лишь 23% собравшихся. Этот «эффект всеобщего внимания» проявляется не только по отношению к нашей вычурной одежде или неряшливой прическе, но и по отношению к нашей тревожности, раздражительности или склонностям: их замечает гораздо меньшее число людей, чем мы думаем. Остро осознавая свои чувства, мы нередко считаем, что они очевидны и для других,

однако это заблуждение. То же самое справедливо и в отношении наших промахов в присутствии других и публичных оговорок. То, из-за чего мы мучительно страдаем, окружающие либо вообще не замечают, либо быстро забывают (Savitcky et al., 2001). Чем мы стеснительнее, тем больше мы ощущаем себя у всех на виду (Vorauer & Ross, 1999).

Возможные Я

Наши Я-концепции включают не только Я-схемы, характеризующие нас в данный момент времени, но и наши возможные Я, т. е. то, какими мы можем стать. По мнению Маркус и ее соавторов, наши возможные Я включают представления о себе таком, каким мы мечтаем стать, — богатым, изящным, страстно любимым и любящим Я (Marcus et al., 1989; Marcus & Nurius, 1986). В наши Я-концепции входят и те Я, которыми мы боимся стать, — безработный Я, нелюбимый Я и Я, не справляющийся с учебной программой. Такие возможные Я подталкивают нас к достижению определенных целей; когда эти цели достигнуты, можно заглянуть в ту жизнь, к которой мы стремимся.

Что такое самоуважение?

[Здесь и далее Майерс в большинстве случаев использует именно термин «самоуважение», а не «самооценка». Самоуважение — глобальный уровень самовосприятия, включающий помимо частных самооценок степень самопринятия. — *Примеч. науч. ред.*]

Является ли самоуважение (как наиболее полная самооценка) суммой всех наших наличных и возможных Я? Если мы считаем себя привлекательными, спортивными, умными и заслуживающими богатства и любви, означает ли это, что у нас все в порядке с самоуважением? Именно это часто имеют в виду психологи, когда утверждают, что для того, чтобы люди относились к себе лучше, нужно, чтобы они почувствовали себя более привлекательными, спортивными, умными и т. д. По мнению Дженнифер Крокер и Конни Вольф, перечисленные выше качества действительно имеют важное значение для чувства собственного достоинства (Crocker & Wolfe, *in print*). «Одному человеку для самоуважения достаточно иметь хорошую успеваемость и привлекательную внешность, а другому нужно знать, что его любит Бог и что он не нарушает норм морали». Это значит, что первый станет уважать себя, если его научат чувствовать себя умным и привлекательным, а второй — если его научат ощущать себя нравственным человеком.

Однако Джонатан Браун и Кейт Даттон считают, что этот перевернутый с ног на голову взгляд на самоуважение — отнюдь не «вся правда» (Brown & Dutton, 1994). Они полагают, что причину и следствие нужно поменять местами. Если люди вообще ценят себя, они, скорее всего, ценят и свою внешность, и свои способности и т. д. В этом смысле они похожи на супругов, у которых родился первенец и которые, любя младенца, восторгаются его пальчиками и кудряшками. (Родителям не понадобилось никакой предварительной «инспекции» пальцев и волос своего ребенка, чтобы решить, в какой мере он стоит их любви.)

Чтобы проверить свою гипотезу о том, что чувство собственного достоинства определяет видение людьми в себе конкретных свойств, а не наоборот, Браун и Даттон обсуждали со студентами Вашингтонского университета характер предполагаемого личностного качества, которое они назвали «интегративной способностью». (Они предлагали студентам наборы из трех слов — например, «автомобиль, плавание и признак» — и просили ответить, какое слово их связывает. Подсказка: это слово начинается на букву «б».) Студенты с развитым чувством самоуважения обнаруживали это качество в себе чаще, если им говорили, что оно имеет важное значение, и почти не находили его в себе, если им говорили, что оно бесполезно. Весьма вероятно, что в принципе положительное отношение к себе побуждает человека смотреть сквозь розовые очки как на свои конкретные Я-схемы («У меня есть интегративная способность»), так и на свои возможные «Я».

Развитие социального Я

Я-концепция стала важным предметом социально-психологического исследования потому, что она организует наше мышление и управляет нашим социальным поведением. Но что детерминирует

саму Я-концепцию? Результаты изучения близнецов выявили наличие генетических влияний на природу личности и Я-концепцию, однако и социальный опыт играет определенную роль. Рассмотрим следующие факторы:

— роли, которые мы играем;
— социальные идентификации, которые мы формируем;
— сравнения себя с окружающими, которые мы делаем;
— наши успехи и неудачи;
— мнения о нас, высказываемые окружающими;
— культура, к которой мы принадлежим.

Роли, которые мы играем

Приступая к исполнению новой роли — студента колледжа, родителя или продавца, — мы поначалу можем чувствовать себя «не в своей тарелке». Однако постепенно наше представление о себе впитывает то, что вначале было лишь игрой, ролью в театре жизни. Например, исполняя те или иные роли, мы можем начать высказываться в поддержку того, о чем прежде вообще не задумывались. Это происходит тогда, когда мы стремимся оправдать свои действия. Более того, наблюдения за собой могут быть разоблачительными: скажем, мы можем полагать, что придерживаемся тех взглядов, о которых говорим. Притворство становится реальностью (см. главу 4).

Социальная идентичность

Наша Я-концепция — наше представление о том, кто мы такие, — включает не только нашу персональную идентичность (представление о своих личных качествах), но и социальную. Социальные определения «Я» — расовая и конфессиональная принадлежность, пол, будущая специальность и т. д. — подразумевают определение и того, кем вы не являетесь. Есть «мы», принадлежащие к определенному кругу, и есть «они» — те, кто в него не входят.

Будучи частью какой-либо небольшой группы, входящей в состав более многочисленной группы, мы довольно часто отчетливо сознаем свою социальную идентичность; когда же наша группа является большинством, мы реже задумываемся над этим, И единственная женщина в группе мужчин, и единственный канадец в компании европейцев осознают свою уникальность. Единственный чернокожий студент в кампусе, где все остальные — белые, так же как и единственный белый студент в окружении чернокожих товарищей, острее ощущает свою этническую идентичность и реагирует соответственно. Большинство жителей Канады считают себя «канадцами», за исключением жителей Квебека, где меньшинство французского происхождения ощущают себя «квебекцами» (Kalin & Berry, 1995).

В Великобритании, где англичан в 10 раз больше, чем шотландцев, последние идентифицируют себя частично через то, что отличает их от первых. «Быть шотландцем значит в известной мере не любить англичан или возмущаться ими» (Meech & Kilborn, 1992). Так как англичане представляют большинство, они менее озабочены тем, что они не шотландцы. В книге регистрации постояльцев одного из шотландских отелей, где мне недавно довелось останавливаться, в графе «национальность» все англичане написали «британец», а все шотландцы — «шотландец», хотя они точно такие же британцы, как и англичане. Более того, чем больше студенты британских университетов идентифицируют себя с британцами), тем меньше они осознают себя европейцами (Cinnirella, 1997). (Подробнее вопрос об этнической идентичности рассмотрен в главах 9 и 13.)

Социальные сравнения

Каким образом мы решаем, что можем считать себя богатыми, умными или низкорослыми? Один из способов заключается в том, чтобы прибегнуть к **социальным сравнениям** (Festinger, 1954). Окружающие нас люди помогают нам выработать некий стандарт, с помощью которого мы определяем себя как богатых или бедных, умных или глупых, высоких или низкорослых. Сравнивая себя с окружающими, мы решаем, чем отличаемся от них.

Социальное сравнение помогает объяснить, почему учащиеся склонны иметь более высокое мнение о своих способностях, если среди их соучеников лишь единицы могут быть названы исключительно одаренными людьми (Marsh et al., 2000). Многие выпускники средней школы, закончившие ее в числе лучших и уверенные в своих академических способностях, поступив в крупные, престижные университеты, где много таких же отличников, как они сами, начинают чувствовать угрозу самоуважению. Лучше быть первым на деревне, чем последним в городе!

В жизни мы на каждом шагу сталкиваемся с социальными сравнениями. В присутствии невзрачных людей мы чувствуем себя красивыми, в присутствии глупых — умными, в присутствии бессердечных — заботливыми. Наблюдая за действиями своих товарищей, мы не можем побороть искушение сравнить себя с ними (Gilbert et al., 1995). А это значит, что мы втайне даже можем радоваться их неудачам, особенно неудачам или несчастьям тех, кому мы завидуем (Smith et al., 1996).

Сравнение самого себя с другими приносит немало бед. Когда люди богатеют, приобретают более высокий статус, а их достижения значительны, они поднимают планку и начинают подходить к оценке собственных достижений более требовательно. Довольные собой люди, поднимающиеся по лестнице успеха, смотрят вверх, а не вниз (Gruder, 1977; Suls & Tesch, 1978; Wheeler et al., 1982). Чтобы защитить чувство собственного достоинства, сравнивая себя с соперником, мы часто воспринимаем его как находящегося в более выгодном положении (например, имел более квалифицированного тренера и больше времени для тренировок, как было показано авторами, изучавшими членов студенческой команды пловцов, — Shepperd & Taylor, 1999).

Успех и неудача

Материалом для построения нашей Я-концепции служат не только наши роли, социальная идентичность и результаты сравнений с другими людьми, но и наш повседневный опыт. Поставить перед собой трудные, но достижимые цели и выполнить намеченное — значит почувствовать себя более компетентным. Женщины, которые овладели навыками, необходимыми для защиты себя от посягательств насильника, чувствуют себя менее уязвимыми; они более спокойны и лучше контролируют ситуацию (Ozer & Bandura, 1990). Успех в научных изысканиях поднимает самооценку студентов относительно своей пригодности для научной деятельности, что, в свою очередь, нередко стимулирует их работать еще усерднее и добиваться еще более впечатляющих успехов (Felson, 1984; Marsh & Young, 1997). Делать максимум возможного и достигать поставленных целей — значит чувствовать себя более уверенным в себе и способным.

Как отмечалось в главе 1, принцип «успех питает самоуважение» привел некоторых исследователей к вопросу: можно ли посредством позитивных «посланий» типа «Ты же молодец!», «У тебя все получится!» повышать самоуважение и стимулировать достижения?

Действительно, низкое самоуважение иногда создает проблемы. По сравнению с теми, кто недооценивает себя, уверенные в себе люди более счастливы; они обладают более устойчивой нервной системой, реже болеют язвой желудка и страдают от бессонницы, среди них меньше алкоголиков и наркоманов, и они более мужественно переносят неудачи (Brockner & Hulton, 1978; Brown, 1991; Tafarodi & Vu, 1997). Однако, считают критики подобной трактовки, по меньшей мере равновероятно и диаметрально противоположное объяснение: проблемы и неудачи ведут к низкой самооценке. Реальность первична, чувства — вторичны. По мере того как мы преодолеваем трудности и приобретаем навыки, наши успехи «вскармливают» более оптимистичную установку и большую уверенность в себе. Дети приобретают самоуважение не только благодаря тому, что их хвалят, но и благодаря достижениям, за которыми стоит упорный труд.

Суждения окружающих

Признанные достижения положительно влияют на Я-концепцию, поскольку мы видим, что окружающие позитивно оценивают нас. Нам легче думать о себе хорошо, если именно так думают о нас окружающие. Дети, которых считают одаренными, трудолюбивыми или готовыми прийти на помощь, склонны «включать» эти оценки в свои Я-концепции и поведение (см. главу 3). Если студенты, представители этнического меньшинства, чувствуют угрозу, исходящую от стереотипных

представлений об их интеллектуальных способностях, или если женщины осознают, что от них не ждут высоких достижений ни в математике, ни в естественных науках, они могут начать вести себя в соответствии с этими ожиданиями. Они скорее предпочтут не опровергать эти предрассудки, а реализовать свои возможности в других областях (Steele, 1997. См. также главу 9).

Нашу привычку использовать окружающих в качестве зеркала, с помощью которого мы воспринимаем самих себя, социолог Чарльз Кули назвал *«отраженным Я»* (Cooley, 1902). То, какими мы кажемся окружающим, мы воспринимаем как свои отражения, писал Кули. Позднее социолог Джордж Герберт Мид уточнил концепцию Кули, отметив, что для наших Я-концепций важно не то, что другие люди на самом деле думают про нас, а наше собственное *представление* об их мнении. Поскольку всем нам, как правило, проще хвалить окружающих, нежели критиковать их, наши самооценки, сделанные на основании излишней похвалы, могут оказаться несколько завышенными (Shrauger & Schoeneman, 1979).

Как будет понятно из дальнейшего изложения, наиболее склонны к завышенному самоуважению люди, живущие в странах Запада. Синобу Китаяма пишет, что японцев, посещающих Северную Америку, неизменно удивляют те хвалебные речи, которыми там обмениваются друзья (Kitayama, 1996). Когда он и его коллеги спрашивали у разных людей, как давно они последний раз хвалили кого-либо, в ответ обычно звучало: «Вчера». В Японии, где люди меньше приучены гордиться собственными успехами, чем стыдиться чужих неудач, наиболее распространенным ответом был такой: «Четыре дня тому назад».

Судьба наших предков зависела от того, что думали о них другие. Защита со стороны групп, к которым они принадлежали, увеличивала их шансы на выживание. Если же группы давали им понять, что не одобряют их, у них хватало биологической мудрости для того, чтобы испытывать стыд и невысоко оценивать себя. Мы — их потомки и обладаем столь же глубоко сидящей в нас потребностью принадлежать к какой-либо группе; если нас подвергают социальному остракизму, мы испытываем такую же боль, потому что при этом лишаемся возможности уважать себя, отмечает Марк Лири (Leary, 1998). Он называет самоуважение психологическим измерительным прибором, с помощью которого мы отслеживаем, как окружающие оценивают нас, и реагируем на эту оценку.

Я и культура

Как вы дописали фразу «Я — ...»?. Указали ли вы одно из своих личностных качеств, написав «Я честный», «Я — высокий» или «Я — тусовщик», или вы описали свою социальную принадлежность и ваш ответ звучит так: «Я родился под знаком Рыб», «Моя фамилия — Мак-Дональд» или «Я — мусульманин»?

У некоторых людей, и в первую очередь у представителей индустриальных западных культур, преобладает индивидуализм. Личность в значительной степени самодостаточна. Юность — это пора, когда уходят из родительского дома, приобретают уверенность в себе и определяют свое личное, независимое Я. Личность любого человека как уникального индивидуума с определенными способностями, чертами характера, нравственными ценностями и мечтами, пересаженная из родной почвы в чужую, останется неизменной. Психология культур Запада исходит из того, что ваша жизнь станет богаче, если вы определите свои возможные Я и поверите в свою способность контролировать собственную жизнь. К концу XX в. индивидуализм стал доминировать в поп-культуре (см. табл. 2.1).

Таблица 2.1. Голоса современного индивидуализма

Занимайся своим делом
Стремись к блаженству
Поступай так, как тебе нравится
Не изменяй себе самому
Бойся конформизма
Не навязывай другим свои нравственные ценности
Не ограничивай моего права владеть оружием, распространять порнографию и заниматься неконтролируемым бизнесом

Уменьши мои налоги
Избегай отношений, которые могут сделать тебя зависимым
Прежде чем любить других, полюби себя самого
Духовное одиночество лучше религиозных сообществ
Верь в самого себя
Не подражай другим. Имей собственную точку зрения.

Западная литература от «Илиады» до «Приключений Гекльберри Финна» — скорее гимн во славу уверенного в своих силах одиночки, нежели похвала в адрес того, кто оправдывает ожидания окружающих. Кинематограф тиражирует образ сильной личности, противостоящей официозу; такие названия песен, как «Я сделал по-своему» и «Я останусь самим собой», в комментариях не нуждаются, а песня под названием «Самая великая любовь» прославляет себялюбие (Schoeneman, 1994). Процветанию индивидуализма способствуют рост благосостояния и мобильности людей, а также урбанизация и средства массовой информации (Freeman, 1997; Marshall, 1997; Triandis, 1994).

Культуры народов Азии, Африки и Центральной и Южной Америки значительно выше ценят коллективизм. Они воспитывают то, что Синобу Китаяма и Хейзел Маркус называют *взаимозависимым Я*. Представители этих культур более самокритичны и меньше нуждаются в позитивном эгоизме (Heine et al., 1999). Личность чаще определяет себя через принадлежность к другим. Так, от малазийцев, индусов, японцев и представителей таких коренных племен, населяющих Кению, как масаи, скорее, нежели от австралийцев, американцев или британцев, можно ожидать, что фраза «Я — ...» будет закончена словами, указывающими на принадлежность к той или иной группе (Bochner, 1994; Dhawan et al., 1995; Ma & Schoeneman, 1997; Markus & Kitayama, 1991).

Между тем назвать культуру «индивидуалистической» или «коллективистской» значит слишком упрощать проблему, поскольку даже в пределах одной страны коллективизм в разной степени присущ сторонникам разных религий и разных политических взглядов. Американцам, живущим на Гаваях и на крайнем юге страны, он более свойствен, нежели их согражданам, живущим в горных западных штатах, например Орегоне и Монтане (Vandello & Cohen, 1999). Консерваторы склонны к экономическому индивидуализму («Не облагайте налогом мой бизнес и не регулируйте его») и к моральному коллективизму («Законодатели обязаны защитить мораль»). Либералы же тяготеют к экономическому коллективизму и к моральному индивидуализму.

Человек с взаимозависимым Я больше ощущает свою принадлежность к какой-либо группе. Разлученные с семьей, коллегами и верными друзьями, взаимозависимые люди утратят социальные связи, определяющие их идентичность. Они имеют не одно Я, а много: Я с родителями, Я на работе, Я с друзьями (Cross et al., 1992). Как следует из рис. 2.1 и из табл. 2.2, взаимозависимое Я вовлечено в социальные «членства». Их речь менее прямолинейна и более вежлива (Holtgraves, 1997). Цель социальной жизни заключается не столько в усилении Я индивидуума, сколько в его гармонизации с тем сообществом, к которому он принадлежит, и в поддержке последнего. «Такой “откровенно индивидуализированный” заказ — “одна порция, без кофеина, одинарный, очень горячий” — вполне уместный в любом баре Северной Америки, в котором есть кофеварка эспрессо, покажется несколько странным в Сеуле», — пишут Хиджунг Ким и Хейзел Маркус (Heejung Kim & Marcus, 1999). В Корее

— и результаты их исследований это подтверждают — люди гораздо больше ценят традиции и общепринятую практику, нежели уникальность.

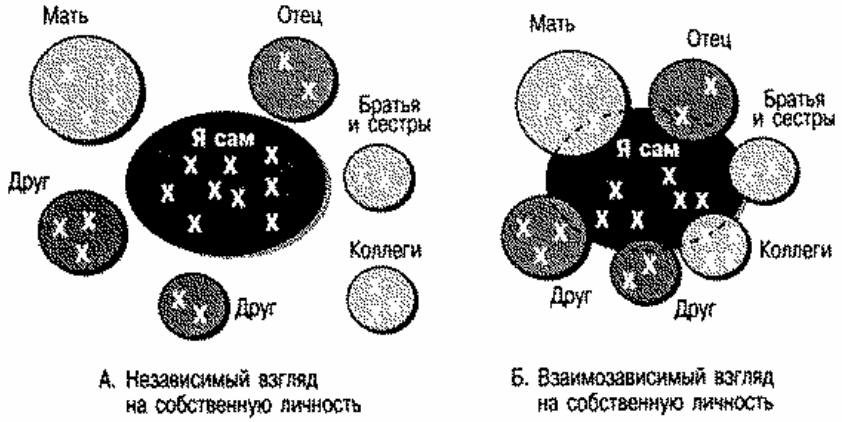


Рис. 2.1. Независимая и взаимозависимая Я-схемы. Взаимозависимое Я признает свои связи с другими. Однако оно более глубоко «встроено» в других. (*Источник:* Markus & Kitayama, 1991)

Таблица 2.2. Я-концепция: независимая и взаимозависимая

	Независимая	**Взаимозависимая**
Личность	Индивидуальна, определяется собственными качествами и целями	Социальна, определяется через связи с другими
Что имеет значение	«Я» — личные достижения и реализация собственных возможностей, мои права и свободы	«Мы» — групповые цели и солидарность, наши социальная ответственность и социальные отношения
Что не одобряется	Конформизм	Эготизм
Пример характерного девиза	«Не изменяй самому себе»	«Человек — это не одинокий остров»
Культуры, поддерживающие такую Я-концепцию	Индивидуалистические, западные	Коллективистские страны Азии и третьего мира

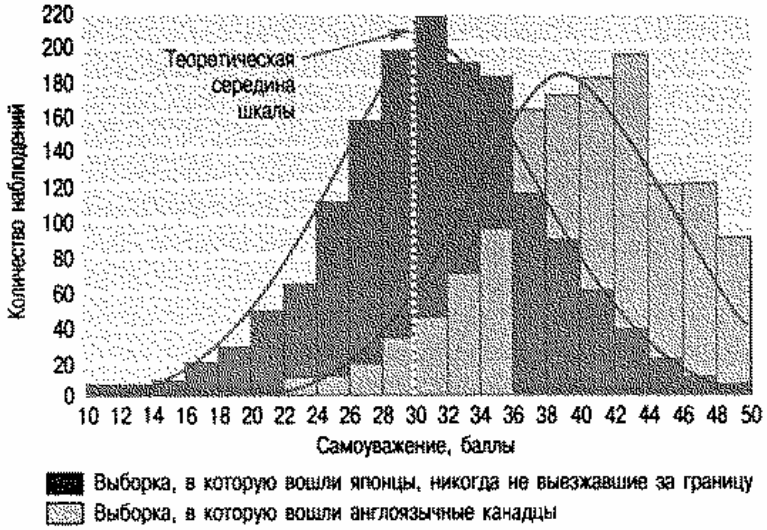
В коллективистских культурах самоуважение тесно коррелирует с тем, что «другие думают обо мне и о той группе, к которой я принадлежу». Я-концепция скорее гибкая (т. е. зависит от контекста), а не стабильная (т. е. не сохраняется неизменной в разных ситуациях). Для представителей индивидуалистических культур, особенно для представителей меньшинств, которые научились не принимать во внимание предрассудки окружающих, оценки, которые дают им и их группам люди «со стороны», менее значимы (Crocker, 1994; Crocker et al., 1994; Kwan et al., 1997). Чувство собственного достоинства является характеристикой личности, а не отношений. То, что угрожает нашей персональной идентичности, вызывает больший гнев и уныние, чем угрозы в адрес коллективу, с которым мы себя идентифицируем (Gaertner et al., 1999).

<Нужно воспитывать в себе духовное начало, способное пожертвовать своим маленьким Я ради благ, которые может принести большое Я. *Китайская поговорка*>

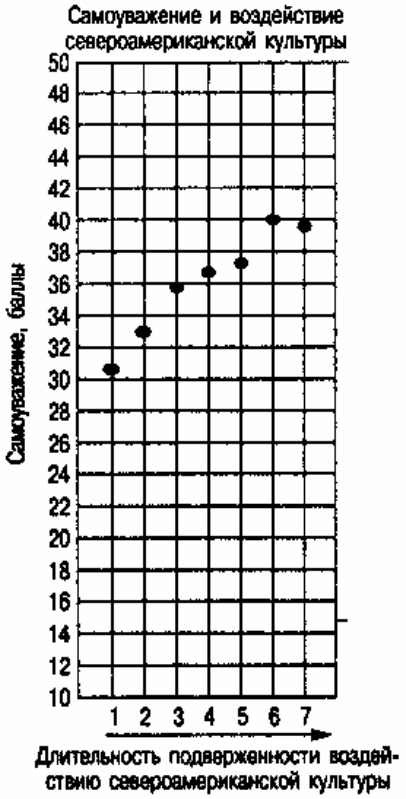
Итак, как вы думаете, в каких ситуациях наиболее вероятно услышать от студентов в коллективистской Японии и в индивидуалистических Штатах, что они испытывают такие положительные эмоции, как счастье и прилив энергии? По данным Синобу Китаямы и Хейзел Маркус, источником счастья для японских студентов является позитивный социальный опыт — восприятие себя уважаемым членом дружного коллектива. Что же касается американских студентов, то для них счастье преимущественно ассоциируется с индивидуальным опытом — с осознанием собственной эффективности, собственного превосходства и с чувством гордости. В то время как большая часть конфликтов в коллективистских культурах — это конфликты между группами, в индивидуалистических культурах преобладают конфликты между индивидуумами — преступления и разводы (Triandis, 2000).

Когда Китаяма после десятилетнего пребывания в США, где он преподавал и занимался научной работой, вернулся в *alma mater*, в Киотский университет, и попытался объяснить своим аспирантам западную идею независимого Я, те были «поражены». «Я, как мог, втолковывал им эту западную идею Я-концепции, ту самую, которую американские студенты понимали интуитивно, и в конце концов стал убеждать их в том, что это правда: многие американские студенты действительно имеют такое изолированное представление о своем Я. Однако это не мешало одному из них, тяжело вздохнув, спросить: “Неужели такое *возможно*?”»

Становится ли Я-концепция японцев более индивидуалистичной под влиянием Запада, которое ощущается в крупных городах Японии, и благодаря японским студентам, обучающимся в странах Запада? Влияет ли на них массированная пропаганда продвижения по службе, основанного не столько на трудовом стаже, сколько на личных достижениях, и настоятельные призывы «верить в собственные возможности», которые обрушиваются на них во время пребывания на Западе вместе с фильмами, где герои-полицейские в одиночку ловят преступников, *несмотря* на помехи, чинимые им окружающими? Судя по данным Стивена Хейне и его соавторов, — да (рис. 2.2). После нескольких месяцев обучения в Университете Британской Колумбии самоуважение японских студентов возросло. Канадцы азиатского происхождения с солидным «эмигрантским стажем» относятся к себе с большим уважением, чем те, которые перебрались в Канаду недавно или живут в Азии.



а. Распределение по шкале самоуважения сумм баллов, набранных англоговорящими канадцами и японцами, никогда не выезжавшими из страны



(7 — Канадцы европейского происхождения (n = 1402); 6 — Японцы, побывавшие за границей (n = 582); 5 — Выходцы из Азии с небольшим эмигрантским стажем (n = 245); 4 — Выходцы из Азии с большим эмигрантским стажем (n = 288); 3 — Второе поколение эмигрантов из Азии, живущее в Канаде (n = 432); 2 — Третье поколение эмигрантов из Азии, живущее в Канаде (n = 432); 1 — Японцы, никогда не выезжавшие за границу (n = 1657); • — Среднеарифметическое значение для каждой выборки)

б. Общие результаты по шкале самоуважения и длительности подверженности воздействию западной культуры

Рис. 2.2. Самоуважение канадцев и японцев. По данным группы исследователей, руководимой Стивеном Хейне, самоуважение англоязычных канадцев выше, нежели самоуважение японцев, никогда не выезжавших за границу (*а*) (Heine et al., 1999). (Для определения самоуважения использовался Североамериканский опросник самоотношения). Под влиянием канадской культуры происходит «вестернизация» японцев и других выходцев из Азии (*б*)

Самопознание

«Познай самого себя» — настоятельно советовал греческий философ Сократ. И мы стараемся. Мы с легкостью формируем убеждения о самих себе и без колебаний объясняем, почему чувствуем и ведем себя так, а не иначе. Однако хорошо ли мы знаем себя? «Есть только одна-единственная вещь во всей Вселенной, о которой мы знаем больше, чем знали бы, если бы наблюдали за ней со стороны, — писал К. С. Льюис, — и эта вещь — мы сами. Образно говоря, мы обладаем внутренней информацией; мы находимся “в центре событий”» (C. S. Lewis, 1952, с. 18-19). Так и есть. Однако порой мы лишь думаем, что знаем себя, и наша внутренняя информация неверна. Именно такой вывод с неизбежностью следует из некоторых исследований, которыми нельзя не восхищаться.

Объяснение нашего поведения

Почему вы выбрали именно этот колледж? Почему накричали на соседа по комнате? Почему влюбились именно в этого человека? Иногда ответы на эти вопросы нам известны, а иногда — нет. Если нас спросят, почему мы испытывали те чувства, которые испытывали, или поступили так, как

поступили, мы дадим вполне правдоподобные ответы. Между тем, когда причины не очевидны, наши объяснения собственных чувств и действий зачастую ошибочны. Из результатов исследований известно, что их участники ошибочно объясняли свое мрачное настроение, вызванное дождливой погодой, пустотой собственной жизни, а возбуждение, которое они испытывали, проходя по подвесному мосту, — симпатией к случайному прохожему (Schwarz & Clore, 1983; Dutton & Aron, 1974). Участники как этих, так и многих других исследований не придавали практически никакого значения тем факторам, которые оказали на них большое влияние, и наоборот — малозначительные обстоятельства воспринимали как существенные.

Ричард Нисбетт и Стенли Шехтер продемонстрировали это, проведя эксперимент, во время которого студентам Колумбийского университета предстояло выдержать серию электрошоков, сила которых планомерно возрастала (Nisbett & Schachter, 1966). Предварительно некоторые испытуемые приняли пилюли, про которые экспериментаторы сказали, что они вызывают сердцебиение, прерывистое дыхание и спазмы в желудке — те самые симптомы, которыми обычно сопровождается поражение электротоком. Нисбетт и Шехтер полагали, что испытуемые, получившие таблетки, будут связывать свои неприятные ощущения именно с ними и выдержат вследствие этого более интенсивный электрошок, нежели те, кто не получал пилюль. Однако результат превзошел все их ожидания: испытуемые, получившие пилюли, которые на самом деле были «пустышками», выдерживали в 4 раза более интенсивные удары.

<Вы сами не знаете своих собственных мыслей. *Джонатан Свифт*, Вежливая беседа, 1738>

Когда получившим пилюли участникам эксперимента сказали, что они выдержали более интенсивные электрические удары, чем среднестатистический испытуемый, и попросили объяснить, как им это удалось, ни в одном ответе не были упомянуты пилюли. Когда же экспериментаторы, подробно объяснив свою гипотезу, буквально заставили участников заговорить про пилюли, те стали отрицать их влияние. Как правило, в ответах звучала такая мысль: возможно, на кого-нибудь они и влияют, но только не на меня. Типичным был такой ответ: «Я и думать забыл про эту пилюлю».

Иногда людям кажется, что на них повлияло то или иное обстоятельство, которое на самом деле никак не подействовало на них. Нисбетт и Тимоти Уилсон попросили студентов Мичиганского университета оценить документальный фильм. В то время, когда экспериментальная группа смотрела его, в соседнем помещении работала мощная электропила. Большинство членов этой группы решили, что этот отвлекавший шум повлиял на их оценки. Однако они ошиблись: их оценки были аналогичны оценкам членов контрольной группы, которой ничто не мешало во время просмотра фильма.

{**Коллективизм в действии.** После землетрясения, разрушившего в 1995 г. Кобе, один из крупнейших городов Японии, его жители не соблазнились возможностью поживиться чужим добром, а вели себя, как подобает цивилизованным людям. На снимке: очередь за водой}

Еще более показательны в этом отношении исследования, участники которых ежедневно в течение 2 или 3 месяцев делали записи о своем настроении (Stone et al., 1985; Weiss & Brown, 1976; Wilson et al., 1982). Они также фиксировали факторы, которые могли повлиять на их настроение: день недели, погоду, хорошо ли они выспались и т. д. Каждое исследование завершалось тем, что его участники оценивали степень влияния каждого из этих факторов на их настроение. Учитывая, какое внимание эти люди обращали на свое настроение, нельзя не удивиться тому, что связь между их восприятием значимости того или иного фактора и реальной зависимостью их настроения от него была незначительной. Эти результаты заставляют задуматься над приводящим в замешательство вопросом: так ли уж хорошо мы на самом деле способны проникнуть в суть того, что делает нас счастливыми или несчастными?

Прогнозирование нашего поведения

Люди ошибаются и тогда, когда прогнозируют свое поведение. Если спросить, подчинятся ли они приказу подвергнуть кого-либо электрошоку или усомнятся в необходимости оказать помощь жертве в присутствии нескольких свидетелей, они изо всех сил станут отрицать свою подверженность подобным влияниям. Однако у нас будет возможность убедиться в том, что многие из нас еще как подвержены ему. Более того, задумайтесь над тем, что выяснил Сидней Шраугер. Он попросил студентов колледжа оценить вероятность множества разных событий (романтические отношения,

болезни и т. п.), которые могут произойти в течение ближайших 2 месяцев в их жизни (Shrauger, 1983). Прогнозы студентов относительно самих себя оказались не точнее среднестатистических.

Столь же часто люди ошибаются и тогда, когда прогнозируют судьбу своих отношений с другими. Влюбленные смотрят на свои отношения сквозь розовые очки и считают, что они будут длиться вечно. Они видят только хорошее и полагают, что их чувствам ничто не грозит. Однако нередко их друзья и родные правильнее оценивают ситуацию. Именно к такому выводу пришли Тара Мак-Дональд и Майкл Росс, проведя исследование с участием студентов Университета Ватерлоо (MacDonald & Poss, 1997). Менее оптимистичные прогнозы их родителей и приятелей оказались более точными. (Многие родители, наблюдавшие за тем, как их ребенок, вопреки всем предостережениям, втайне от них поддерживает отношения, от которых не приходится ждать ничего хорошего, наверняка согласятся с этим утверждением.)

Что же касается прогнозирования проявлений несдержанности или лжи, то собственные прогнозы оказываются более точными, чем прогнозы матерей или друзей (Shrauger et al., 1996). Тем не менее с уверенностью сказать о вашем будущем можно единственное: даже вам самим порой нелегко предсказать его. Самый правильный совет, который можно дать тому, кто пытается спрогнозировать свое будущее, таков: вспомните, как вы вели себя в прошлом в аналогичных ситуациях (Osberg & Shrauger, 1986; 1990).

Прогноз наших чувств

Принятие многих жизненно важных решений включает прогнозирование наших чувств в будущем. Сможете ли вы всю жизнь прожить счастливо именно с этим человеком? Будете ли вы удовлетворены работой по той специальности, которую избрали? Удачно ли пройдут выходные? Или более вероятно совсем другое — развод, ненависть к работе и разочарование от выходных?

В некоторых случаях мы знаем, какие чувства нам предстоит испытать, например, что мы будем чувствовать, если провалимся на экзамене, выиграем важную игру или «сбросим напряжение», устроив получасовую пробежку трусцой. Но не всегда. Результаты недавно проведенных исследований свидетельствуют о том, что люди ошиблись, прогнозируя чувства, которые испытывали спустя некоторое время после прекращения романтических отношений, получения подарка, поражения на выборах, победы в спортивном соревновании и после того, как им была нанесена обида (Gilbert & Jenkins, 2001). Джордж Левенштейн и Дэвид Шкаде приводят следующие примеры (Loewenstein & Schkade, 1998):

— Когда молодым людям сначала демонстрируют сексуально возбуждающие фотографии, а затем просят их представить себе любовное свидание, во время которого девушка просит их «остановиться», они допускают возможность того, что не выполнят ее просьбу. Без предварительной демонстрации возбуждающих фотографий они чаще отрицают возможность проявления ими сексуальной агрессии. Человеку, пребывающему в спокойном состоянии, нетрудно ошибиться относительно чувств, которые он будет испытывать, когда его «заведут», — этот феномен становится причиной многих нежелательных беременностей. То же самое происходит и с голодными покупателями: испытывая чувство голода, они делают больше импульсивных покупок («Какие аппетитные бублики! Наверное, они очень вкусные!»), чем после того, как съедят стограммовую булочку с черничным вареньем (Gilbert & Wilson, 2000). (Голодный человек переоценивает то удовольствие, которое получит, съев перед сном этот бублик и запив его стаканом молока.)

<Какой бы темной ни была ночь, на смену ей все равно придет новый день. *Псалом* 305>

— Среди тех, кто курит от случая к случаю (т. е. выкуривают меньше одной сигареты в день), только один из семи говорит, что будет курить в течение ближайших 5 лет. Однако они недооценивают силу своей «никотиновой зависимости», ибо на самом деле продолжать курить будет едва ли не половина из них (Lynch & Bonnie, 1994).

— В США жители Среднего Запада считают, что жителям штата Калифорния больше повезло с климатом, а потому они более довольны своей жизнью. (Сравнивая себя с калифорнийцами, они склонны концентрировать свое внимание на существующих между ними различиях, и в первую очередь — на климате.) Хотя жители Среднего Запада действительно меньше удовлетворены своим климатом, сказать, что они менее довольны своей жизнью, нельзя (Schkade & Kahneman, 1998).

— Люди переоценивают то значение, которое имеют для их благополучия не только такие факторы, как более теплая зима, но и снижение или увеличение веса, увеличение числа доступных им телевизионных каналов или количества свободного времени. Даже такие экстремальные события, как выигрыш в лотерее, проводимой в масштабах всего штата, или паралич в результате несчастного случая, влияют на долгосрочное счастье меньше, чем принято считать.

Подсознательно мы рассуждаем так: мы будем счастливы, если получим то, чего желаем. Если бы это соответствовало действительности, эта глава была бы короче. На самом же деле, как отмечают Даниэль Джилберт и Тимоти Уилсон, мы часто обманываемся в своих желаниях. Люди, мечтающие об отдыхе на идиллическом пустынном острове, где нет ничего, кроме солнца, песка и прибоя, могут испытать сильное разочарование, когда поймут, как сильно они нуждаются в ежедневном распорядке дня, в стимуляции интеллекта или в регулярных «инъекциях» пирожков с разной начинкой. Мы думаем, что победа нашего кандидата или любимой команды надолго «обеспечит» нас хорошим настроением. Однако из раза в раз результаты исследований свидетельствуют об обратном: эмоциональные последствия таких радостных известий недолговечны и исчезают быстрее, чем нам хотелось бы.

<Когда чувство есть, кажется, что оно будет всегда; когда оно уходит, кажется, что его никогда и не было, а когда оно возвращается, кажется, что оно и не уходило. *Джордж Мак-Дональд*, Что мое — то мое, 1886>

И уж если мы ошибаемся, прогнозируя продолжительность «послевкусия» радостных событий, то о негативных событиях и говорить нечего: применительно к ним мы еще более предрасположены к «неадекватной оценке длительности». Мы обладаем поразительной способностью переживать существенные негативные события. Когда людей, тестируемых на ВИЧ-инфекцию, спрашивают, как они будут чувствовать себя через 5 недель после того, как получат ответ, они отвечают, что при положительном результате им будет очень плохо, а при отрицательном — они будут на седьмом небе. Однако через 5 недель самочувствие и тех и других не соответствует ожиданиям: здоровые не испытывают особой радости, а инфицированные не умирают от горя (Sieff et al., 1999). Когда Джилберт и его коллеги поинтересовались у ассистентов профессоров, в каком эмоциональном состоянии они будут через несколько лет после того, как получат штатную должность или узнают, что им не на что надеяться, большинство респондентов выразили уверенность в том, что благоприятный исход — непременное условие их будущего благополучия (Gilbert et al., 1998). «Если я потеряю работу, вся моя жизнь пойдет прахом. Это будут ужасно». Когда же исследователи через несколько лет вновь встретились со своими респондентами, оказалось, что те, кого не приняли в штат, были ничуть не меньше довольны своей судьбой, чем те, кого приняли.

Теперь давайте поговорим о нас с вами. Представьте себе, что Джилберт и Уилсон пригласили нас, чтобы спросить, как представляют себе свое самочувствие через год после потери левой руки правши и правой — левши. Будет ли вам намного хуже, чем сегодня?

{Предсказать поведение, даже свое собственное, — задача не из легких. Наверное, именно поэтому гость Бирмы обратился за помощью к астрологу}

Думая об этом, вы, возможно, в первую очередь мысленно представляете себе, что это несчастье лишает вас возможности аплодировать, зашнуровывать обувь, играть нормально в баскетбол и работать за компьютером. Несмотря на то что вы, скорее всего, никогда не смиритесь с подобной утратой, спустя какое-то время после этого события ваше благополучие будет зависеть от «двух вещей: 1) от свершившегося негативного события и 2) от всего остального». Концентрируя внимание на негативном событии, мы не принимаем в расчет все остальное, что способствует нашему счастью, и, таким образом, значительно переоцениваем наши будущие страдания. Более того, говорят Джилберт и Уилсон, люди игнорируют скорость и мощь своей психологической иммунной системы, включающей стратегии рационализации, обесценивания, прощения и ограничения эмоциональной травмы. Практически ничего не зная о своей иммунной психологической системе (феномен, названный Джилбертом и Уилсоном *«пренебрежением иммунитетом»*), мы приспосабливаемся к инвалидности, к разрыву любовных отношений, к провалам на экзаменах, к отказам в приеме в штат, а также к личным и командным поражениям легче, чем можно было ожидать. Люди — выносливые существа.

<Все, к чему приковано ваше внимание, в конечном счете окажется менее существенным, чем вы думаете. *Дэвид Шкаде* и *Даниэль Кахнеман*, 1998>

Мудрость и заблуждения самоанализа

Итак, поразительно, но в том, что касается определения влияющих на нас факторов и прогнозирования наших чувств и действий, наша интуиция нередко оказывается несостоятельной. Однако будем объективными. В тех случаях, когда причины нашего поведения очевидны и правильное объяснение соответствует интуиции, мы воспринимаем себя правильно (Gavanski & Hoffman, 1987). По данным Питера Райта и Питера Рипа, учащиеся предпоследнего класса калифорнийской средней школы в состоянии понять, как такие характеристики колледжа, как его репутация, стоимость обучения и удаленность от дома, влияют на их отношение к нему (Wright & Rip, 1981). Но если причины поведения не очевидны для наблюдателя, они столь же не очевидны и для самого человека.

Как следует из главы 3, мы не отдаем себе отчета во многом из того, что происходит в нашем сознании. Результаты изучения восприятия и памяти свидетельствуют о том, что мы больше осознаем результаты собственного мышления, нежели сам процесс. Наш взгляд скользит по поверхности ментального моря, практически не проникая вглубь. Однако если мы устанавливаем ментальный «будильник» таким образом, чтобы он фиксировал течение времени и разбудил нас в назначенный час, или если почему-то возникает креативное озарение после того, как проблема подсознательно «вынашивалась», мы ощущаем результаты не осознаваемой нами работы нашего сознания. Например, такие творческие личности, как ученые и артисты, зачастую не могут описать мыслительные процессы, которые привели их к озарениям.

Тимоти Уилсон высказал смелую мысль: мыслительные процессы, контролирующие наше социальное поведение, отличаются от мыслительных процессов, через которые мы объясняем его (Wilson, 1985). Поэтому наши разумные объяснения могут не учитывать инстинктивные установки, которые в действительности руководят нашим поведением. По данным Уилсона и его коллег, в 9 экспериментах установки относительно явлений и людей, сформулированные их участниками, достаточно хорошо прогнозировали дальнейшее поведение последних (Wilson et al., 1989). Но если исследователи сначала просили испытуемых проанализировать свои чувства, информация об установках становилась бесполезной. Например, счастье влюбленных, удовлетворенных своими взаимоотношениями, надежно прогнозировало, будут ли они продолжать встречаться и спустя несколько месяцев. Однако другие участники экспериментов, прежде чем оценить свое счастье, сначала перечисляли все причины, заставляющие их считать свои взаимоотношения хорошими или плохими. После этого информация об их установках становилась совершенно бесполезной с точки зрения предсказания будущего их отношений! Понятно, что процесс «препарирования» отношений привлек внимание к тем его аспектам, которые легко было описать словами, но которые на самом деле менее значимы, чем сложнее поддающиеся описанию.

В более позднем исследовании Уилсон и его помощники предлагали участникам экспериментов выбрать и взять себе один из двух плакатов (Wilson et al., 1993). Те участники, которых исследователи просили сначала объяснить свой выбор, предпочитали юмористические плакаты (им было проще описать словами то, что понравилось). Однако через несколько недель выяснилось, что они менее удовлетворены своим выбором, чем те, кто действовал инстинктивно (в основном эти люди выбрали плакаты другого содержания). Инстинктивные суждения оказываются более верными, нежели рациональные, и при оценке людей по выражению их лиц (Levine et al., 1996). Иногда первое впечатление оказывается самым верным.

Эти данные свидетельствуют о том, что мы имеем **двойственную систему установок** (Wilson et al., 2000). Наши непроизвольные, имплицитные установки относительно чего-либо или кого-либо нередко отличаются от сознательно контролируемых эксплицитных установок. Например, у нас с детства может сохраниться привычный, непроизвольный страх или нелюбовь к тем, кому мы сейчас на словах демонстрируем уважение и одобрение. Уилсон считает: в то время как эксплицитные установки изменяются сравнительно легко, имплицитные установки, подобно укоренившимся привычкам, изменяются медленнее. Однако если мы действуем в соответствии с новой установкой неоднократно, новые имплицитные установки могут занять место старых.

Мюррей Миллар и Абрахам Тессер полагают, что Уилсон недооценивает наше знание самих себя (Millar & Tesser, 1992). Результаты их собственных исследований подтверждают тот факт, что привлечение внимания людей к причинам действительно делает информацию об установках менее

полезной для прогнозирования поведения, направляемого чувствами. Если бы вместо того, чтобы просить людей проанализировать их романтические отношения, Уилсон попросил бы их повнимательнее присмотреться к своим чувствам («Что вы чувствуете, находясь рядом со своим партнером и вдали от него?»), информация об установках могла бы оказаться более проницательной. Что же касается иных поведенческих сфер — например, выбора колледжа на основании стоимости обучения, возможностей сделать карьеру и т. п., — то эти выборы, судя по всему, направляются в первую очередь когнитивными процессами. И в этих случаях наиболее полезен анализ аргументов, а не чувств. Хотя у сердца тоже есть «свои резоны», иногда доводы рассудка одерживают верх.

<Самосозерцание — это бедствие, которое лишь усугубляет прежнюю путаницу. *Теодор Ретке*, Избранные произведения, 1975>

Это исследование границ нашего самопознания дает нам два практических вывода. Первый имеет непосредственное отношение к психологическим исследованиям. *То, что сообщают о себе испытуемые, часто не заслуживает доверия.* Свойственные людям ошибки в понимании самих себя ограничивают научную ценность получаемой от них субъективной информации личного характера.

Второй вывод касается нашей повседневной жизни. Искренность людей, сообщающих о своих переживаниях и интерпретирующих их, еще не гарантирует надежности получаемой от них информации. Личные свидетельства могут быть чрезвычайно убедительными, но они также могут быть и ошибочными. Если помнить о возможности такой ошибки, мы можем не давать себя запугивать и быть менее легковерными.

Резюме

Наше понимание самих себя помогает упорядочить свои мысли и действия. Обрабатывая информацию, имеющую отношение к нам самим, мы хорошо запоминаем ее (этот феномен называется эффектом *ссылки на себя*). Элементами нашей Я-концепции являются специфические *Я-схемы*, которые руководят обработкой информации, релевантной нам самим, и *возможные Я*, т. е. то, какими мы мечтаем или боимся стать. Наше *самоуважение* есть итоговое восприятие собственной значимости, влияющее на оценку нами наших личностных качеств и способностей.

От чего зависят наши Я-концепции? От множества разнообразных факторов, включая роли, которые мы исполняем, сравнения себя с окружающими, нашу социальную идентичность, наше восприятие оценки нас другими людьми, а также наши успехи и неудачи. Я-концепцию формирует и культура. Одни люди, особенно те, кто принадлежит к западным, индивидуалистическим культурам, имеют концепцию независимого Я, другие — и в первую очередь выходцы из стран Азии и третьего мира — являются *взаимозависимыми личностями*. Как станет ясно из дальнейшего изложения (см. главу 5), эти идеи-антиподы отчасти объясняют особенности социального поведения представителей разных культур.

Наше самопознание на удивление несовершенно. Зачастую мы сами не знаем, почему ведем себя так, а не иначе. Если мощные источники влияния на нас не настолько очевидны, чтобы их мог заметить любой наблюдатель, мы сами тоже можем упустить их из виду. Трудноуловимые, неявные процессы, контролирующие наше поведение, могут отличаться от того сознательного и явного объяснения, которое мы даем ему.

Осознанный самоконтроль

О том, что осознанный самоконтроль играет в жизни человека важную роль, свидетельствуют несколько концепций и направлений исследований.

До сих пор мы говорили о том, что такое Я-концепция, как она формируется, и о том, насколько хорошо мы знаем себя. Теперь же давайте поговорим о том, почему она важна, для чего понаблюдаем за Я в действии. По мнению некоторых социальных психологов, способность Я к действию не беспредельна (Baumeister et al., 1998, 2000; Muraven et al., 1998). Люди, демонстрирующие способность к самоконтролю (например, заставляющие себя предпочитать редис шоколаду или подавляющие недозволенные мысли), быстрее сдаются, если сталкиваются с неразрешимыми головоломками. Те, кто

старается контролировать свои эмоции во время демонстрации тяжелого фильма, не очень выносливы физически. Самоконтроль, требующий усилий, уменьшает и без того не беспредельные возможности силы воли. По мнению Роя Баумейстера и Джулии Экслайн, самоконтроль «работает» так же, как мышцы: и тот и другие слабеют, «устают» от чрезмерной нагрузки, восстанавливаются после отдыха и крепнут в результате тренировок (Baumeister & Exline, 2000).

Тем не менее в действительности Я-концепции влияют на поведение (Graziano et al., 1997). Люди, считающие себя трудолюбивыми и успешными, лучше справляются с трудными заданиями, чем те, кто считает себя неудачниками (Ruvolo & Marcus, 1992). Подумайте о своих достоинствах — и ваши шансы на разработку и реализацию успешной стратегии возрастут. Осознанный самоконтроль имеет значение.

Самоэффективность

Мысль о тех преимуществах, которые дает человеку восприятие самого себя как личности компетентной и эффективной, нашла свое отражение в экспериментальных и теоретических исследованиях **самоэффективности**, выполненных психологом из Стэнфордского университета Альбертом Бандурой (Bandura, 1997; 2000). Его концепция самоэффективности — научная версия мудрости, которая утверждает силу позитивного мышления. Оптимистическая вера в наши собственные возможности приносит дивиденды (Bandura et al., 1999; Maddux, 1998; Scheier & Carver, 1992). Дети и взрослые, обладающие ярко выраженным чувством самоэффективности, более упорны, менее тревожны и реже впадают в депрессию. У них лучше обстоят дела со здоровьем, и они добиваются больших академических успехов.

В повседневной жизни самоэффективность заставляет нас ставить перед собой трудные цели и добиваться их, не пасуя перед трудностями. Результаты более ста исследований свидетельствуют о том, что самоэффективность прогнозирует результативность работника (Stajkovic & Luthans, 1998). Когда возникают проблемы, развитое чувство собственной эффективности подталкивает работника не к размышлениям об их неадекватности, а к поиску решений. Достижение есть сумма двух слагаемых — стремления к победе и настойчивости. А достижения способствуют росту самоэффективности. Достижения, являющиеся результатом упорного труда, способствуют росту не только самоуважения, но и самоэффективности.

Даже едва уловимые манипуляции с самоэффективностью способны повлиять на поведение. Об этом свидетельствуют результаты эксперимента Бекка Леви на бессознательное восприятие (Levy, 1996), в ходе которого 90 пожилым испытуемым предъявлялись слова, активизировавшие негативные или позитивные стереотипы старости. Некоторым испытуемым на 0,066 с предъявляли такие слова, как *увядание*, *забывает* или *слабоумный*. Сознательно испытуемые воспринимали только вспышку или размытое световое пятно. Несмотря на это, предъявление позитивных слов приводило к повышению самоэффективности памяти (т. е. к уверенности испытуемого в своей памяти). Предъявление же негативных слов возымело противоположное действие. Похоже, что в Китае, где преобладает позитивный образ старости, а люди, видимо, более уверены в собственной памяти, значительно меньше пожилых людей с ослабленной памятью, чем мы привыкли видеть в странах Запада (Schacter et al., 1991).

Ваша самоэффективность определяется тем, насколько вы чувствуете себя компетентным сделать что-либо. Если вы убеждены, что можете сделать что-то, обязательно ли эта убежденность повлияет на конечный результат? Это зависит от другого фактора — от того, насколько этот результат зависит от вас. (Например, вы можете считать себя хорошим водителем (высокая самоэффективность), но одновременно чувствовать, что пьяные водители подвергают вас опасности (низкий уровень контроля).) Вы можете сознавать, что являетесь хорошим студентом или рабочим, но считать свои перспективы туманными, ибо боитесь дискриминации из-за своего возраста, пола или из-за своей внешности.

Локус контроля

«У меня нет ни друзей, ни знакомых», — жаловался 40-летний холостяк студенту-

психотерапевту Джерри Фаресу. Под давлением Фареса он пошел на танцы, где познакомился с несколькими женщинами. «Мне просто повезло, — сказал он потом. — Больше такое не повторится». Стоило только Джулиану Роттеру, наставнику Фареса, услышать об этом, как он сразу же сформулировал мысль, которую к этому времени уже давно вынашивал. Проводя эксперименты и работая в клинике, Роттер нередко встречал людей, которые упорно объясняли все случавшееся с ними «действиями каких-то внешних сил, в то время как другие считали все, что с ними случалось, преимущественно результатами их собственных усилий и навыков» (цит. по: Hunt, 1993, p. 334).

А что думаете об этом вы? Кем люди бывают чаще — хозяевами собственной судьбы или жертвами обстоятельств? Можно ли назвать их авторами, режиссерами и исполнителями пьесы под названием «Жизнь» или узниками невидимых обстоятельств? Роттер назвал этот параметр **локусом контроля**. Вместе с Фаресом он разработал для измерения локуса контроля 29 парных утверждений. Представьте себе, что вы сами проходите этот тест. Какое из приведенных ниже утверждений больше соответствует вашим собственным представлениям — те, что в левом столбце, или те, что в правом?

В конце концов люди обретают то уважение, которого заслуживают	К несчастью, как бы люди ни старались, их достоинства остаются не замеченными окружающими
Я сам кузнец своего счастья	Иногда мне кажется, что я утрачиваю контроль над событиями собственной жизни и плыву по течению
Средний человек может повлиять на те решения, которые принимает правительство	Власть в этом мире принадлежит нескольким людям, и простой человек не в состоянии изменить этот порядок

Свидетельствует ли ваш выбор утверждений из числа предложенных Роттером (Rotter, 1973) о том, что вы не сомневаетесь в своей способности контролировать собственную судьбу (т. е. что у вас *внутренний* локус контроля)? Или вы считаете, что все зависит от обстоятельств (т. е. что у вас *внешний* локус контроля)? Если человек убежден в своей способности контролировать собственную жизнь, весьма вероятно, что он будет хорошо учиться в школе, решительно бросит курить, не будет пренебрегать ремнями безопасности и противозачаточными средствами, станет без лишних колебаний решать семейные проблемы, заработает много денег и предпочтет долгосрочные цели сиюминутной выгоде (Findley & Cooper, 1983; Lefcourt, 1982; Miller et al., 1986).

В какой мере мы чувствуем себя хозяевами собственной судьбы, зависит от того, как мы объясняем свои неудачи. Должно быть, и вы знакомы с такими студентами, которые, считая себя жертвами, винят в своих плохих отметках кого угодно и что угодно, только не самих себя — собственные скромные способности, плохих педагогов, учебники или тесты. Если привить таким людям более оптимистический взгляд на мир, т. е. заставить их поверить в то, что их собственные усилия, полезные для учебы привычки и самодисциплина способны переломить ситуацию, они начинают получать более высокие оценки (Noel et al., 1987; Peterson & Barrett, 1987).

Успешные люди более склонны воспринимать неудачи как случайности или задумываться об изменении собственной тактики. Агенты страховых компаний, считающие, что способны контролировать неудачи («Это нелегко, но настойчивость поможет мне добиться лучших результатов»), продают больше страховых полисов. Среди них в два раза меньше тех, кто увольняется на первом году работы, чем среди их менее оптимистично настроенных коллег (Seligman & Schulman, 1986). У тех пловцов, членов команды колледжа, которые объясняют свои неудачи с «оптимистических позиций», больше шансов превзойти ожидания тренеров, нежели у их пессимистически настроенных товарищей (Seligman et al., 1990). Как сказал в своей поэме «Энеида» римский поэт Виргилий, «они могут, потому что думают, что могут».

<Не говори, что знаешь свой потолок, а то ты его получишь. *Ричард Бах*, Иллюзии: Приключения мессии поневоле, 1977>

Выученная беспомощность как антипод самоопределения

То, что чувство самоконтроля приносит пользу, доказано и в опытах на животных. У собак, приученных к тому, что они не могут, сидя в клетке, избежать удара электрическим током, возникает чувство беспомощности. В дальнейшем они проявляют пассивность и в тех ситуациях, когда вполне могли бы убежать. Собаки, наученные «контролировать свою судьбу» (они удачно избежали первых ударов током), легко приспосабливаются к новой ситуации. Исследователь Мартин Селигман обратил внимание на то, что подобная **выученная беспомощность** присуща и людям (Seligman, 1975; 1991). Например, люди, пребывающие в подавленном настроении или в депрессии, становятся пассивными, ибо убеждены в бесполезности каких бы то ни было усилий. И беспомощные собаки, и переживающие депрессию люди страдают от того, что может быть названо «параличом воли», пассивной покорностью и даже нежеланием двигаться (рис. 2.3).

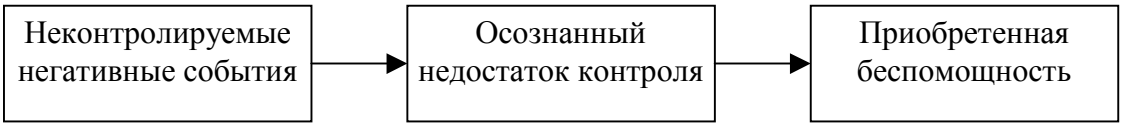


Рис. 2.3. Выученная беспомощность. Животные и люди, переживающие неконтролируемые негативные события, научаются чувствовать себя беспомощными и перестают действовать

Феномен выученной беспомощности помогает ответить на вопрос, как разные учреждения — такие чудовищные, как концлагеря, или такие гуманные, как больницы, — способны дегуманизировать людей, В больницах «хорошими» считаются такие пациенты, которые не беспокоят персонал, не задают вопросов и не пытаются вмешиваться в ход событий (Taylor, 1979). Возможно, подобная пассивность и хороша с точки зрения медицинского персонала, но с точки зрения здоровья и выживания людей она вредна. Утрата контроля над собственными действиями и над тем, что делают для тебя другие, способна превратить неприятные события в источники сильнейших стрессов (Pomerleau & Rodin, 1986). Некоторые заболевания являются следствием ощущения собственной беспомощности и утраты возможности делать выбор. Этими же обстоятельствами объясняется и то, что в концлагерях и в домах для престарелых люди быстро деградируют и умирают. Пациенты больниц, наученные верить в свою способность контролировать стресс, обходятся меньшим количеством обезболивающих и успокоительных средств и ведут себя более спокойно (Langer et al., 1975).

Важность личностного контроля доказывают результаты исследования, проведенного Эллен Лангер и Джудит Роден (с использованием двух методик) в одном из лучших в штате Коннектикут домов для престарелых (Langer & Rodin, 1976). Обращаясь к одной группе, доброжелательные работники подчеркивали, что считают своим долгом сделать дом таким, чтобы его обитатели могли гордиться им и чувствовать себя счастливыми. Персонал обслуживал пассивных пациентов с присущими ему заботой и вниманием. Спустя три недели большинство пациентов были признаны ими самими, интервьюерами и медсестрами продолжающими деградировать людьми. Работая со второй группой пациентов, Лангер и Роден подталкивали их к личностному контролю, обращая особое внимание на возможности выбора, на возможность влиять на политику администрации и на личную ответственность пациентов за то, чтобы жить именно так, как они хотят. Этим пациентам предоставлялось право принимать непринципиальные решения, и на них возлагалась определенная ответственность. Результаты, полученные спустя три недели после начала исследования, показали, что 93% из них стали более оживленными, активными и счастливыми.

С пациентами из первой группы, судя по всему, произошло именно то же, что и с Джеймсом Мак-Кеем, 87-летним ученым-психологом.

«Прошлым летом я превратился в «одушевленный предмет». У моей жены был артрит коленного сустава, из-за чего она могла передвигаться только с «ходунком», а меня именно в это время угораздило сломать ногу. И мы переселились в дом престарелых. Там были одни престарелые, и не было ничего, что напоминало бы о «доме». Все решения принимали врач и старшая медсестра, мы были не более чем «одушевленными предметами». Слава Богу, мы прожили там всего лишь две недели... Директор дома престарелых — прекрасный специалист — сочувствует своим пациентам, и я считаю этот дом лучшим в городе. Но с того момента, как мы переступили его порог, и вплоть до самого отъезда мы не чувствовали себя людьми.»

Результаты исследований подтверждают: системы руководства или управления людьми, способствующие формированию осознанного самоконтроля, благоприятствуют здоровью и счастью (Deci & Ryan, 1987).

— Заключенные, которые имеют хотя бы незначительную возможность контролировать обстановку, в которой живут (переставлять стулья, включать и выключать телевизоры, включать и выключать свет), испытывают меньший стресс. Они здоровее физически и совершают меньше актов вандализма (Ruback et al., 1986; Wener et al., 1987).

— Моральное состояние работников, которым предоставлены определенная свобода при исполнении служебных обязанностей и право самим принимать решения, улучшается (Miller & Monge, 1986).

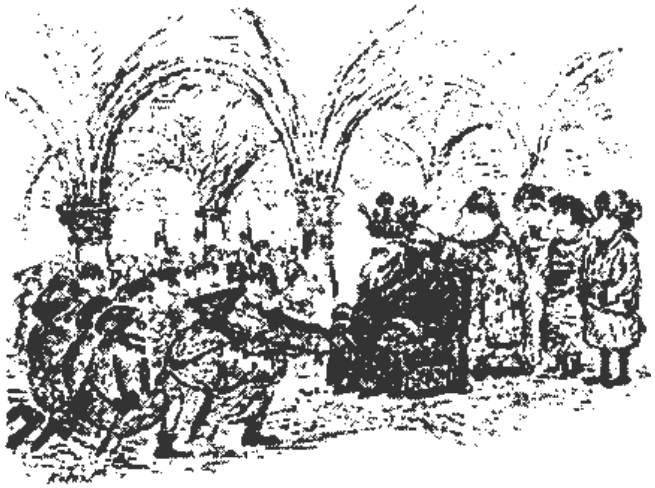
— Законопослушные граждане, имеющие возможность выбирать, что им есть на завтрак, когда ходить в кино, спать до полудня или вставать с петухами, живут дольше и наверняка чувствуют себя более счастливыми (Timko & Moos, 1989).

— Весьма вероятно, что бездомные обитатели ночлежек, лишенные как возможности выбирать, когда спать и есть, так и возможности контролировать свою частную жизнь, окажутся пассивными и беспомощными в поисках жилья и работы (Burn, 1992).

Может ли быть слишком много свободы и слишком много самоопределения? По мнению Барри Шварца, психолога из Суортморского колледжа, современные индивидуалистические культуры «обладают избыточной свободой», что приводит к снижению уровня удовлетворенности жизнью и увеличению числа больных депрессией. Слишком широкий выбор способен привести к «параличу», или к тому, что Шварц назвал «тиранией свободы». Люди, которым пришлось выбирать из 30 сортов джема или шоколада, в итоге оказались менее удовлетворенными своим выбором, чем те, кому были предложены на выбор лишь 6 сортов (Iyengar & Lepper, 1999). Чем больше вариантов, из которых можно выбирать, тем больше перегруженность информацией и больше возможностей для сожалений.

{**Самоконтроль.** Заключенным, которые содержатся в современной тюрьме Валенсии (Испания), при соответствующем поведении предоставляется возможность учиться, посещать тренажерные залы и культурные мероприятия. Заработанные ими деньги переводятся на их личные счета, что дает им возможность покупать дополнительные продукты питания}

Результаты других исследований свидетельствуют о том, что люди более удовлетворены «окончательным» выбором (именно такой выбор делает покупатель на распродаже, когда купленные товары не подлежат ни обмену, ни возврату), чем «обратимым» выбором, т. е. выбором, сделанным в условиях, когда и возврат, и обмен товара возможны. Ирония заключается в том, что возможность «переиграть» нравится людям, и они готовы платить за нее. А между тем подобная свобода способна «заблокировать психологические процессы, “вырабатывающие” удовлетворенность» (Gilbert & Jenkins, 2001). Люди чувствуют себя лучше, если знают, что то, чем они обладают, не подлежит замене. Этот принцип может помочь объяснить один социальный курьез (Myers, 2000): результаты опросов, проведенных в масштабах всей страны, свидетельствуют, что прежде, когда брак считался «более необратимым», люди были больше удовлетворены своей семейной жизнью (принцип «товар не подлежит ни обмену, ни возврату»). Сегодня же, несмотря на большую свободу в том, что касается разводов и новых «попыток», люди склонны выражать несколько меньшую удовлетворенность своим семейным положением.



(— Это придает мне еще большую уверенность в себе!)
Самоуверенность и ощущение собственной эффективности рождаются из успехов

Итак, каков же вывод? Хотя избыток свободы и способен создать проблемы, осознанный самоконтроль, как правило, идет людям на пользу. Несмотря на то что психологические исследования осознанного самоконтроля относительно новы, но акцент на идее необходимости нести ответственность за свою жизнь и реализацию своего потенциала отнюдь не нов. Тема «Ты можешь это сделать», которая красной нитью проходит через книги Горацио Алджера о превращении бедняков в богачей, возникла не вчера. Мы находим ее в бестселлере 1950-х гг. — в книге Нормана Винсента Пила «Сила позитивного мышления» (N. V. Peale. *The Power of Positive Thinking*). («Если вы думаете позитивно, то получите позитивные результаты. Это — непреложный факт».) Мы находим ее во многих книгах о самопомощи, в видеофильмах, призывающих людей идти к успехам через позитивные психологические установки.

Результаты изучения самоконтроля позволяют нам лучше понять, почему настойчивость и надежда традиционно считаются добродетелями. И все же Бандура подчеркивал, что самоэффективность не является (в первую очередь) ни плодом самовнушения («Я думаю, что могу, я думаю, что могу»), ни «накачивания» людей комплиментами, подобно тому, как накачивают воздушные шары («Ты — несравненный!»), Самым важным источником самоэффективности являются успехи. Если ваши начальные усилия, направленные на то, чтобы похудеть, бросить курить или улучшить успеваемость, увенчаются успехом, ваша самоэффективность возрастет.

Резюме

Результаты различных исследований свидетельствуют о тех преимуществах, которые дают людям ощущение собственной эффективности и самоконтроль. Люди, верящие в собственную компетентность и эффективность и имеющие внутренний локус контроля, лучше распоряжаются своей жизнью и достигают большего, чем те, для кого характерны выученная беспомощность и пессимистический взгляд на мир.

Предрасположение в пользу своего Я

Всякий раз, когда мы обрабатываем информацию, касающуюся нас, в этот процесс вторгается мощное предрасположение в свою пользу. Мы с готовностью прощаем себе свои неудачи, принимаем похвалу за успехи и считаем, что по многим параметрам превосходим «середняков». Подобное «самовозвышение» позволяет большинству из нас наслаждаться теми преимуществами, которые дает высокое самоуважение, лишь изредка вспоминая об опасностях, которые несет с собой гордыня.

Широко распространено мнение, что большинство из нас явно недооценивают себя. В середине XX в. психолог-гуманист Карл Роджерс пришел к выводу о том, что многие из его знакомых «относятся к себе с презрением и считают себя никчемными и недостойными любви» (Rogers, 1958). Эту точку

зрения разделяют и многие популяризаторы гуманистической психологии. «Все мы имеем комплексы неполноценности, — писал Джон Пауэлл. — А если вам кажется, что у кого-то его нет, значит, этот человек притворяется» (Powell, 1989). «Я не хочу быть членом ни одного из клубов, которые согласились бы принять меня», — зло пошутил Граучо Маркс (Marx, 1960).

На самом же деле большинство из нас совсем неплохо выглядит в собственных глазах. Результаты изучения самоуважения говорят о том, что даже люди, не имеющие особых достижений, «попадают» (на основании их ответов) в середину шкалы. (На утверждения типа «У меня бывают хорошие идеи» люди с низкой самооценкой отвечают: «Вроде как бывают» или «Иногда».) Более того, одним из самых дерзких, но и непоколебимых выводов социальной психологии является вывод о могуществе себялюбия — предвзятости в пользу своего Я.

Объяснение позитивных и негативных событий

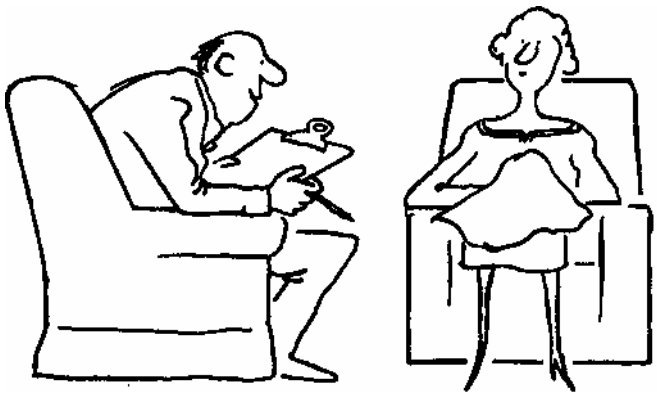
Было проведено 70 экспериментов, и в каждом из них было доказано, что люди не отказываются от похвалы, когда им говорят, что они в чем-то преуспели. Они приписывают эти успехи своим способностям и усилиям, а неудачи — таким внешним факторам, как невезение или нерешаемость проблемы «в принципе» (Campbell & Sedikides, 1999). Точно так же поступают и спортсмены: свои победы они преимущественно приписывают себе, а поражения — исключительно внешним обстоятельствам вроде плохой погоды, необъективного судейства, «сверхусилий» соперников или их грязной игры (Grove et al., 1991; Lalonde, 1992; Mullen & Riordan, 1988). А как вы думаете, в какой мере водители склонны возлагать ответственность за свои аварии на самих себя? Обращаясь в страховые компании, обычно описывают дорожно-транспортные происшествия, участниками которых стали, примерно так: «Неизвестно откуда взявшийся автомобиль, которого никто не видел, стукнул мою машину и как сквозь землю провалился»; «Когда я выехал на перекресток, неожиданно показался забор. Из-за него я и не увидел другую машину»; «Пешеход нанес мне удар и бросился под колеса» (Toronto News, 1977).

(— Большое спасибо, приятель! Надеюсь, в следующий раз ты будешь более внимательным и не забудешь посмотреть и налево, и направо!)

Ситуации, в которых требуются и мастерство, и удача (спортивные соревнования, экзамены, поступление на работу), особенно уязвимы с точки зрения этого феномена: победители могут легко приписать удачу своим личным навыкам, а проигравшие — тому, что удача «отвернулась от них». Я выигрываю в *Scrabble* [Игра в слова, суть которой заключается в составлении слов на доске в клетку по правилам кроссворда. Русский аналог этой игры — игра «Эрудит». — *Примеч. ред.*], потому что у меня хорошие лингвистические способности, а проигрываю, потому что «с таким набором букв, как у меня, ни на что другое рассчитывать и не приходилось». Аналогичным образом ведут себя и политики: они склонны приписывать победы своему трудолюбию, работе с избирателями, репутации и стратегии, а поражения — внешним причинам, которые они не могли контролировать, вроде состава окружного

отделения их партии, имени соперника или политических тенденций (Kingdom, 1967).

Майкл Росс и Фиоре Сиколи изучали «супружескую версию» феномена себялюбия (Ross & Sicoly, 1979). Они нашли, что молодые женатые канадцы обычно считают, что супруги недооценивают их вклад в уборку дома и в воспитание детей. Из результатов одного общенационального опроса следует, что 91% опрошенных женщин считают, что они покупают большую часть продуктов. Однако только 76% опрошенных мужчин согласились, что практически все продукты для дома покупают их жены (Burros, 1988). Участницы других опросов отмечали, что в действительности они больше занимаются домашней работой, чем полагают их мужья (Bird, 1999; Fiebert, 1990). Перед сном мы с женой кидаем снятую одежду в корзину для грязного белья, которая стоит в нашей спальне. Утром один из нас обычно подбирает с пола то, что не долетело до нее. Когда она сказала, что я мог бы делать это чаще, чем делаю, я подумал: «Ничего себе! И без того три случая из четырех — мои!» Когда же я спросил у нее, как ей кажется, часто ли ей приходится подбирать одежду, она ответила: «Часто ли? Да в трех случаях из четырех!»



(— Я составляю список своих достоинств и недостатков, и пока получается, что достоинств больше!)

Предрасположение в пользу своего Я

Подобная необъективность при оценке собственных и чужих обязанностей приводит к семейным и производственным конфликтам и создает тупиковые ситуации на переговорах (Kruger & Gilovich, 1999). Не приходится удивляться тому, что разведенные мужчины и женщины обычно обвиняют в случившемся бывших супругов (Gray & Silver, 1990), а менеджеры, как правило, объясняют плохие результаты низкой квалификацией работников и их ленью (Imai, 1994; Rice, 1985). (Рабочие более склонны винить во всем внешние обстоятельства — плохое снабжение, чрезмерную загруженность работой, несговорчивых коллег или нечеткие инструкции.) Нет ничего удивительного и в том, что люди более склонны считать справедливым такое распределение вознаграждений (например, увеличение зарплаты), при котором они получают больше, а не меньше, чем другие (Diekmann et al., 1997). Но если мы работаем вместе с человеком, который нам очень близок, тенденция приписывать успех себе, а в неудачах винить напарника проявляется не столь очевидно (Campbell et al., 2000; Sedikides et al., 1998).

Студенты тоже демонстрируют предрасположение в пользу своего Я. Успешно сдавшие экзамен склонны считать это своей личной заслугой, а экзамен — справедливым мерилом их знаний (Arkin & Maruyama, 1979; Davis & Stephan, 1980; Gilmor & Reid, 1979; Griffin et al., 1983). Значительно больше склонны критиковать его те, кто получил плохие отметки.

(— Майк, это здорово, что у тебя так много идей, но позволь мне дать тебе совет.

— Ты должен пересмотреть свою позицию. В отличие от тебя многие менеджеры-неудачники никогда не признают своей вины. Какие бы убытки ни несла компания, они не виноваты!

— Какими бы плохими ни были твои проекты, ты никогда и ни в чем не виноват.

— А кто же виноват? — Кто угодно! Смит! Твоя собака! Но только не ты!)

Представители индивидуалистических культур не склонны брать на себя ответственность за неудачи

Знакомясь с этим исследованием, я только и делал, что удовлетворенно твердил про себя: «Так я и знал!» Однако подумайте и о том, как преподаватели объясняют успехи и неудачи своих учеников. Если нет необходимости скромничать, они с готовностью приписывают все удачи себе, а провалы — студентам (Arkin et al., 1980; Davis, 1979). Сдается мне, что педагоги рассуждают примерно так: «Своим “красным” дипломом Мария обязана мне. А вот Мелинду моя помощь не спасла от провала».

Можем ли все мы быть лучше «середняков»?

Предрасположение в пользу своего Я проявляется и тогда, когда люди сравнивают себя с другими. Если прав был китайский философ Лао Цзы, живший в VI в. до н. э., говоря, что «никогда на свете не появится человек, который, будучи в здравом рассудке, станет напрягаться сверх своих возможностей, расстраивать свое здоровье и переоценивать себя», значит, большинство из нас немного «не того». Ибо, как правило, люди полагают, что по большинству *субъективных* и *социально желательных* параметров они превосходят средний уровень. Сказанное в первую очередь относится к ситуациям, когда Я сравнивается не с какими-то конкретными знакомыми личностями, а с людьми вообще (Alicke et al., 1995). Рассмотрим несколько примеров.

— Большинство бизнесменов считают свое поведение более этичным, чем поведение среднего бизнесмена (Baumhart, 1968; Brenner & Molander, 1977). На вопрос «Как бы вы сами оценили свои моральные качества по шкале от 1 до 100 (100 означает, что человек — само совершенство)?» 50% участников общенационального опроса ответили «90» и только 11% — «74 или менее» (Lovelett, 1997).

— 90% менеджеров, работающих в бизнесе, полагают, что превосходят своих коллег-середняков (French, 1968). В Австралии 86% работающих считают, что их уровень выше среднего, и лишь 1% — что не дотягивают до него (Headey & Wearing, 1987).

— В Нидерландах большинство учеников средних школ считают себя более честными, настойчивыми, оригинальными, дружелюбными и надежными, чем середняки (Hoorens, 1993; 1996).

— Большинство людей считают себя умнее своих коллег, привлекательнее их и значительно менее склонными к предрассудкам (Public Opinion, 1984; Wylie, 1979). По данным опроса, проведенного Институтом Гэллапа в 1997 г., только 14% белых американцев «оценили» свою предубежденность против чернокожих американцев в 5 баллов или выше (по шкале от 0 до 10). Одновременно оказалось, что эта предубежденность, по их мнению, присуща 44% других белых американцев, и они «оценили» ее в 5 баллов и выше.

— Большинство взрослых считают, что помогают своим престарелым родителям больше, чем братья и сестры (Lerner et al., 1991).

— Жители Лос-Анджелеса считают себя более здоровыми, чем большинство их соседей, а большинство студентов колледжей убеждены в том, что проживут лет на 10 больше, чем прогнозирует

официальная статистика смертности (Larwood, 1978; C. R. Snyder, 1978).

Складывается такое впечатление, что любое человеческое сообщество похоже на обитателей придуманного Гаррисоном Кейллором Лейк Уобегон, в котором «все женщины сильны, все мужчины красивы, а подрастающее поколение обладает способностями выше среднего». Возможно, одно из объяснений подобного оптимизма заключается в том, что хотя 12% людей чувствуют себя старше своего возраста, значительно больше тех, кто чувствует себя моложе своего возраста, — 66% (Public Opinion, 1984). Как тут не вспомнить шутку Фрейда про мужа, который говорит жене: «Когда один из нас умрет, я, наверное, перееду в Париж».

<Единственное, что объединяет всех нас независимо от возраста, пола, религиозных убеждений, экономического статуса или этнической принадлежности, — это спрятанная глубоко в душе вера в то, что по уровню мастерства мы превосходим средних водителей. *Дэйв Барри*, Дэйв Барри перешагнул пятидесятилетие, 1998>

Субъективные параметры поведения (например, «дисциплинированный») провоцируют большее предрасположение в пользу своего Я, нежели объективные параметры (например, «пунктуальный»). Студенты более склонны переоценивать свои добродетели, нежели свой интеллект (Allison et al., 1989; Van Lange, 1991). Подавляющее большинство жителей округа уверены, что они лично более других озабочены сохранением окружающей среды, голодающими и прочими социальными проблемами, однако они при этом не считают, что делают больше других (например, тратят на это больше времени или денег) (White & Plous, 1995). Образование не спасает от предрасположения в пользу своего Я; подчас его демонстрируют даже социальные психологи, считающие себя более нравственными, чем большинство их коллег (Van Lange et al., 1997).

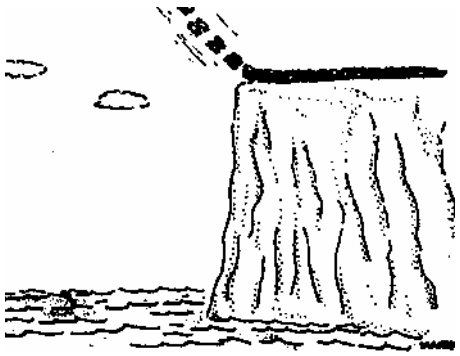
(— Когда я представляю себе, как будет искажена моя биография, написанная тобой после моей смерти, меня охватывает ужас!)

Многие люди считают, что превосходят средний уровень

Субъективные качества «развязывают нам руки», когда мы создаем собственные определения успеха (Dunning et al., 1989; 1991). Оценивая свои «спортивные способности», я думаю о том, как играю в баскетбол, а не о тех кошмарных неделях, когда я, игрок Малой Лиги, прятался на правом поле. Оценивая свои «лидерские способности», я вспоминаю какого-нибудь прославленного лидера, чей стиль похож на мой собственный. Вкладывая свой собственный смысл в неоднозначно трактуемые критерии, каждый из нас может счесть себя относительно успешным. Когда приемная комиссия одного колледжа провела опрос 829 000 старшеклассников средней школы относительно их способности «ладить с другими» (субъективное, желаемое качество), то их самооценки распределились следующим образом: никто не оценил себя ниже среднего уровня, 60% отнесли себя к 10% «наиболее способных», а 25% — к 1% самых лучших. Мы также поддерживаем собственное мнение о себе, признавая важным то, что у нас хорошо получается. Студенты, успешно освоившие в течение семестра основы компьютерной грамотности, считают, что в современном мире этот навык необходим. Те же, чьи достижения в этой области не столь велики, скорее всего, станут презирать «зациклившихся» на компьютерах товарищей и исключат компьютерные навыки из числа тех, которые способны повлиять на их представление о себе (Hill et al., 1989).

Неоправданный оптимизм

Оптимизм — источник позитивного отношения к жизни. Джексон Браун пишет: «Каждое утро, подходя к окну, оптимист говорит: “Доброе утро, Господи!” А пессимист, подходя к окну, говорит: “Господи! Уже утро!”» (H. Jackson Brown, 1990, p. 79). Многим из нас, однако, присуще то, что исследователь Нейл Уэйнстейн назвал «неоправданным оптимизмом по поводу будущих жизненных событий» (Weinstein, 1980; 1982). Так, студенты Университета Ратджерса оценивают собственные шансы на получение хорошей работы, высокой зарплаты и покупку дома как значительно более высокие, чем у их соучеников, а на такие негативные события, как алкоголизм, инфаркт в возрасте моложе 40 лет или увольнение с работы, — как значительно меньшие. В Шотландии и в США большинство подростков старшего возраста считают, что у них самих гораздо меньше шансов заразиться ВИЧ-инфекцией, чем у их товарищей (Abrams, 1991; Pryor & Reeder, 1993). После разрушительного землетрясения 1989 г. студенты, живущие на берегу залива Сан-Франциско, все же утратили оптимизм относительно меньшей, по сравнению с их соучениками, собственной уязвимости при стихийном бедствии, однако спустя 3 месяца к ним вернулся их неоправданный оптимизм (Burger & Palmer, 1991).



Во что «верят» лемминги

<Представления о будущем столь безоблачны, что могли бы смутить и Полианну. [Героиня одноименной детской книги Э. Портер (1913), неисправимая оптимистка. Имя Полианна стало нарицательным — символом ничем не оправданного оптимизма. — *Примеч. ред.*] *Шелли Е. Тэйлор*, Позитивные иллюзии, 1989>

Линда Перлофф пишет о том, как неоправданный оптимизм делает нас уязвимыми (Perloff, 1987). Веря в собственный «иммунитет» против неудач, мы пренебрегаем адекватными мерами предосторожности. Согласно данным одного опроса, 137 пар, пожелавших вступить в брак, точно предсказали, что половина из них впоследствии разведутся, однако для себя такую возможность большинство исключили (Baker & Emery, 1993). Сексуально активные студентки старших курсов, которые пользуются контрацептивами нерегулярно, считают, что уж им-то, в отличие от других женщин в их университете, нежелательная беременность не грозит (Burger & Burns, 1988). Люди, с усмешкой посматривающие на ремни безопасности, не верят в то, что курить вредно, неразборчивы в связях и напоминают нам о том, что неоправданный оптимизм, как и гордыня, до добра не доводит.

<Боже, дай нам милость примириться с тем, что мы изменить не в силах, мужество, чтобы изменить то, что мы можем изменить, и мудрость, чтобы мы могли отличить одно от другого. *Рейнхольд Нибур*, Молитва спокойствия, 1943>

{**Неоправданный оптимизм.** Большинство новобрачных убеждены в том, что их любовь будет длиться вечно. На самом же деле в тех странах, где господствует индивидуалистическая культура, половина браков распадается}

Воистину, оптимизм явно более благотворен, нежели пессимизм, в том, что касается самоэффективности, здоровья и благополучия (Armor & Taylor, 1996). Будучи от природы оптимистами, многие люди верят, что в будущем разные стороны их жизни сложатся удачно, и эта вера помогает им создавать собственное счастье и в настоящем (Robinson & Ryff, 1999). Однако известная доля реализма — того, что Джулия Норем называет «защитным пессимизмом», — может избавить нас от опасностей, которыми чреват неоправданный оптимизм (Norem, 2000). Сомнение в себе может «заставить шевелиться» студентов, большинство из которых — и в первую очередь те, кто обречен на невысокие

оценки, — смотрят на предстоящие экзамены слишком оптимистично (Prohaska, 1994; Sparrell & Shrauger, 1984). (По мере того как приближается день объявления результатов экзамена, этот неоправданный оптимизм постепенно исчезает; Taylor & Shepperd, 1998.) Слишком самоуверенные студенты склонны готовиться не очень основательно. Их не более способные, но менее самонадеянные товарищи, опасающиеся провала на предстоящем экзамене, работают не покладая рук и получают более высокие отметки (Goodhart, 1986; Norem & Cantor, 1986; Showers & Ruben, 1987). Вывод очевиден: чтобы добиться академических и прочих успехов, человеку необходимы в равной мере и оптимизм, и пессимизм; первый — чтобы не терять надежды, а второй — чтобы не терять бдительности.

<По-моему, лишь немногие люди могут сказать, что в их семьях нормальные отношения. *Мадонна*, 2000>

Ложный консенсус и ложная уникальность

Нам, людям, присуще одно весьма любопытное качество — мы склонны расширять наш Я-образ, переоценивая или недооценивая то, в какой мере другие думают и действуют так же, как мы. Этот феномен называется *эффектом ложного консенсуса*. Когда речь идет о каком-либо *мнении*, мы находим поддержку своей позиции, переоценивая степень согласия с нами окружающих (Krueger & Clement, 1994; Marx & Miller, 1987; Mullen & Goethals, 1990). Если мы поддерживаем идею проведения референдума в Канаде или Национальную партию Новой Зеландии, то склонны преувеличивать количество своих единомышленников (Babad et al., 1992; Koestner, 1993).

<Какой безрадостной была бы наша жизнь, если бы мы никогда не льстили себе. *Ларошфуко*, Максимы, 1665>

Совершая дурной поступок или демонстрируя неспособность справиться с каким-либо делом, мы убеждаем себя, что не ошибается лишь тот, кто ничего не делает. Стоит только человеку солгать, как он начинает нелестно думать о том, кого обманул: «Я лгу, а чем другие лучше?» Будучи нечестными налогоплательщиками или скрывая свое пристрастие к курению, мы склонны преувеличивать количество людей, поступающих точно так же. Если мы сами придерживаемся расистских взглядов, нам начинает казаться, что и другие не свободны от расовых предрассудков (Krueger, 1996). Следовательно, наше восприятие стереотипов, разделяемых другими, может выявить кое-что и о наших собственных предубеждениях.

<Мы видим вещи не такими, какие они есть, а такими, какие мы сами. *Талмуд*>

Ложный консенсус может быть следствием обобщения, сделанного нами на основании ограниченной выборки, в состав которой прежде всего входим мы сами (Dawes, 1990). Не располагая другой информацией, почему бы не «спроецировать» самих себя? Почему бы не приписать другим своего знания и не использовать собственные реакции в качестве «подсказки» их возможных реакций? (См. рубрику «Проблема крупным планом»: «Горе от ума»). Мы также более склонны ассоциировать себя с людьми, чьи установки и поведение аналогичны нашим, и судить о мире по своим знакомым.

<Актриса Памела Ли Андерсон: «Все говорят, что я с головы до пят — из пластмассы, и что если я подойду к радиатору, то расплавлюсь. Да, у меня искусственная грудь, но точно такая же грудь у всех женщин в Лос-Анджелесе». *Талберт*, 1997>

В вопросах, касающихся *способности*, или хороших поступков, или успеха, чаще имеет место *эффект ложной уникальности* (Goethals et al., 1991). Воспринимая собственные таланты и моральные качества как нечто относительно необычное, мы «работаем» на собственный имидж. Иными словами, люди, которые злоупотребляют спиртным, но пользуются ремнями безопасности, будут переоценивать (ложный консенсус) количество алкоголиков среди окружающих и недооценивать (ложная уникальность) то, что ремнями безопасности пользуются практически все водители (Suls et al., 1988). Судя по всему, это естественный результат нашей склонности больше приписывать себе не негативные, а позитивные качества (Gross & Miller, 1997; Krueger, 1997; Krueger & Clement, 1997). Чем более индивидуализировано поведение, тем охотнее мы переоцениваем его распространенность. (Если 20% людей — эгоисты, у них масса возможностей для того, чтобы переоценить (сравнительно с собственной) эгоистичность окружающих.) Иными словами, вопреки реальности мы склонны считать, что наши пороки — это некая норма, а наши добродетели — нечто уникальное.

Прочие проявления предрасположения в пользу своего Я

Предрасположение в пользу своего Я проявляется не только в виде самовосхваления при сравнении с другими, необоснованного оптимизма и ложного консенсуса относительно наших недостатков. Ручейки дополнительных данных, говорящих о существовании такой предрасположенности, сливаясь, образуют реку.

— Нам свойственна и «когнитивная самонадеянность». Как станет ясно из главы 3, мы переоцениваем правильность наших убеждений и суждений и запоминаем из своего прошлого то, что работает на нас.

— Если нежелательный поступок нельзя ни забыть, ни «переделать», мы, как это следует из главы 4, можем оправдать его.

— Чем выше наше мнение о каком-либо собственном качестве (уме, настойчивости, чувстве юмора), тем чаще мы оцениваем других именно по этому критерию (Lewicki, 1983).

Проблема крупным планом. *Горе от ума*

Феномен ложного консенсуса — склонность считать, что окружающие разделяют наши чувства и мысли, — особенно ярко проявляется в ситуациях, когда мы ошибочно приписываем другим те знания, которыми обладаем сами. Именно «горе от ума» становится причиной того, что хорошо информированные люди, полагая, будто и другим известно не меньше, начинают вести себя соответствующим образом (Camerer et al., 1989; Nickerson, 1999), а нам лишь остается огорчаться и удивляться, наблюдая за тем, как умные люди совершают отнюдь не умные поступки.

То же самое можно сказать и о педагогах, и о создателях современных технологий: они нередко совершают ошибки, считая, что понятное им самим будет так же понятно и окружающим. Они ошибаются, ибо судят об осведомленности окружающих на основании собственных знаний. Отдавая себе отчет в том, что, в отличие от них, окружающие не являются специалистами, они все же недооценивают, насколько непонятными могут быть их объяснения и инструкции. Как автор учебника, я тоже — жертва «горя от ума», а потому очень рад, что мой редактор, никогда раньше, как и вы, не изучавший социальной психологии, предвосхищает те вопросы, которые могут возникнуть у вас, если я формулирую свои мысли недостаточно четко.

Что такое «горе от ума», вы, должно быть, знаете не понаслышке. Например, как вы думаете, сколько времени понадобится человеку, чтобы разобраться в анаграммах «соах» (хаос) и «фраш» (шарф)?

Возможно, поскольку ответы вам уже известны, вы, как и участники экспериментов, проведенных Коллином Келли и Ларри Якоби, сочтете, что вам трудно определить, сложное это задание или нет (Kelley & Jacoby, 1996). (Предложите эти анаграммы своему приятелю и посмотрите, справится ли он с ними так быстро, как вы думаете). Многие из нас поражались недогадливости участников игры «Угадай мелодию». Когда мы, например, выстукиваем на чьей-либо руке ритм *Happy Birthday* или *Mary Had a Little Lamb*, нам (мы же слышим мелодию, которая звучит в нас!) остается только удивляться тому, что человеку трудно справиться с таким, казалось бы, простым заданием. Если человеку что-то известно, ему трудно представить себе, что значит не знать этого. Это и есть «горе от ума».

— Чем благосклоннее мы относимся к себе, тем охотнее полагаем, что и другие воспринимают нас столь же лестно (Kenny & DePaulo, 1993).

— Мы верим любому тесту или любому иному источнику информации (даже гороскопу!), которые льстят нам, и позитивно оцениваем как сам тест, так и любое свидетельство в пользу его валидности (Ditto, 1994; Glick et al., 1989; Pyszczynski et al., 1985) (рис. 2.4).

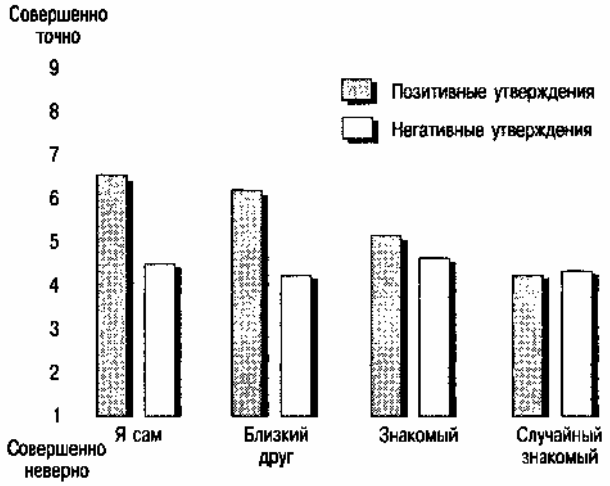


Рис. 2.4. «Если это — достоинство, значит, это имеет отношение ко мне» (или к моему лучшему другу). По данным Джоэла Джонсона и его коллег, участники их экспериментов следующим образом оценивали лестные характеристики (например, такую: «ему (ей) нетрудно быть откровенным и убедительным»): 1) как не очень соответствующую их случайным знакомым; 2) как более соответствующую их друзьям и 3) как еще более соответствующую им самим. (*Источник*: Johnson et al., 1985)

— Нам нравится связывать себя с успехами других. Если какая-нибудь знаменитость посетит нашу школу, мы чувствуем себя причастными к ее славе. Если же оказывается, что мы каким-то образом связаны с сомнительной личностью (например, родились в один и тот же день с каким-нибудь мошенником), то поддерживаем себя тем, что начинаем относиться к нему более терпимо (Finch & Cialdini, 1989).

(— Признаю, что это выглядит эффектно. Но вы же сами знаете, что сегодня все выпускники будут из десяти лучших в своем классе.)

Можем ли мы все быть лучше «середняков»?

Итак, что же можно сказать относительно идеи, пропагандируемой популярной психологической литературой и заключающейся в том, что большинство людей страдают от низкой самооценки и от недостаточной любви к себе? Есть немало свидетельств в пользу того, что на самом деле все наоборот. Перефразируя Элизабет Баррет Браунинг, можно сказать: « Могу ли я сказать, за что люблю себя? Конечно! Сейчас сосчитаю и скажу!»

Мотивация самоуважения

Почему люди склонны преувеличивать свои достоинства? Одно из объяснений происхождения предрасположения в пользу своего Я заключается в том, что оно является «побочным продуктом» обработки и запоминания нами информации о самих себе. Вспомните результаты исследования семейных пар: люди считают, что делают по дому больше, чем их «половины». Возможно, правы Майкл Росс и Фиоре Сиколи, полагающие, что причина заключается в том, что мы лучше запоминаем

собственные действия, чем действия других или свои наблюдения за ними (Ross & Sicoly, 1979)? Мне гораздо проще представить себе, как я сам подбираю с пола грязное белье, чем то, что я рассеянно наблюдаю за другим, когда он делает это.

Не является ли в таком случае предвзятое восприятие всего лишь перцептивной ошибкой, не связанным с эмоциями искажением процесса обработки информации? Или в нем «участвуют» и мотивы в пользу своего Я? Результаты исследований позволяют ответить на последний вопрос утвердительно: у нас есть множество мотивов. Стремясь познать самих себя, мы жаждем оценить свою компетентность (Dunning, 1995). Самоутверждаясь, мы жаждем убедиться в том, что наши Я-концепции верны (Sanitioso et al., 1990; Swann, 1996, 1997). Стремление к самоутверждению — источник особых мотивов для расширения своего Я-образа (Sedikides, 1993).

Результаты экспериментов свидетельствуют о том, что наша «когнитивная машинерия» приводится в движение мотивацией (Dunning, 1999; Kunda, 1990). Перед лицом неудач люди с сильно развитым чувством самоуважения поддерживают его, думая о том, что другие тоже не застрахованы от провалов, и преувеличивая свое превосходство над ними (Agostinelli et al., 1992; Brown & Gallagher, 1992). Чем выше физиологическое возбуждение человека после неудачи, тем вероятнее, что для ее объяснения он прибегнет к защитным атрибуциям (Brown & Rogers, 1991). Люди — отнюдь не бесстрастные машины для обработки информации.

Абрахам Тессер из Университета штата Джорджия считает, что такой мотив, как «поддержание самоуважения», прогнозирует множество интересных феноменов, в том числе даже трения между родными братьями и сестрами (Tesser, 1988). Есть ли у вас брат (или сестра) примерно вашего возраста? Если есть, возможно, когда вы росли, окружающие сравнивали вас. По мнению Тессера, то, что люди воспринимают одного из вас как более способного, будет мотивировать такое поведение менее способного, которое позволит ему (или ей) сохранить самоуважение. (Тессер полагает, что наибольшая опасность грозит самоуважению старшего ребенка, имеющего очень способных младшего брата или сестру.) Мужчины, имеющие братьев, более или менее способных, чем они сами, обычно говорят о том, что между ними не было особой близости; мужчины, имеющие братьев с примерно такими же способностями, как и их собственные, чаще говорят об отсутствии трений.

{Когда в семье несколько детей, труднее всего приходится старшему: ему непросто сохранить самоуважение, если рядом подрастает очень способный ребенок — младший брат или младшая сестра}

И в дружбе, и в браке тоже таятся опасности для самоуважения. Хотя общие интересы и благотворны, идентичные карьерные цели способны стать причиной напряженности или зависти (Clark & Bennett, 1992), а большую ревность у влюбленных вызывают соперники, добивающиеся успехов в области собственных устремлений (DeSteno & Salovey, 1996).

Что лежит в основе мотивации к поддержанию самоуважения или к его повышению? По мнению Марка Лири, наше чувство самоуважения есть не что иное, как своеобразный индикатор уровня топлива (Leary, 1998; 1999). Как уже отмечалось выше, для выживания и благополучия нам необходимы отношения с окружающими. А это значит, что индикатор уровня самоуважения не позволяет нам «проспать» угрозу социального отторжения и мотивирует наши действия, направленные на то, чтобы как можно полнее оправдать ожидания окружающих. Результаты исследований подтверждают, что социальное отторжение снижает самоуважение, усиливая потребность человека в одобрении. Отвергнутые или обманутые, мы чувствуем себя непривлекательными или неадекватными. Эта пульсирующая боль, напоминающая мигающую на приборной доске лампочку, способна подтолкнуть нас к действиям — к самосовершенствованию и к поиску другого окружения, готового нас принять.

Темная сторона самоуважения

Низкий уровень самоуважения предвещает повышенный риск депрессии, наркомании и некоторых форм правонарушений. Между тем мальчики-тинэйджеры, начавшие сексуальную жизнь в «недопустимо раннем возрасте», склонны к самоуважению выше среднего уровня. Этим же грешат и подростки — главари банд, националисты экстремистского толка и террористы (Dawes, 1994; 1998).

Обнаружив, что чувству собственного достоинства грозит опасность, люди зачастую реагируют на подобную угрозу тем, что унижают других, нередко проявляя при этом жестокость. Если молодой человек с большим самомнением чувствует, что его высокой самооценке грозит опасность или

снижение вследствие социального отторжения, он становится потенциально опасным. В одном из своих экспериментов Тодд Хартертон и Кетлин Вос пригрозили студентам-мужчинам, входившим в состав экспериментальной группы, неудачей во время тестирования способностей (Heatherton & Vohs, 2000). В ответ на это только мужчины, обладавшие высокой самооценкой, стали вести себя значительно более враждебно (рис. 2.5).

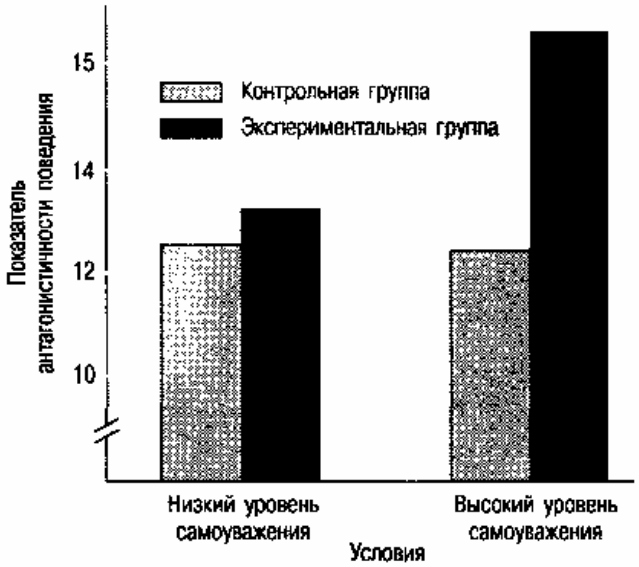


Рис. 2.5. Когда высокому самомнению брошен вызов, только люди с завышенной самооценкой, чувствуя, что ей грозит опасность, начинают вести себя значительно более враждебно — высокомерно, грубо и недружелюбно. (*Источник:* Heartherton & Vohs, 2000)

Брэд Бушман и Рой Баумейстер провели эксперимент. 540 его участников — студенты, не имеющие еще степени бакалавра, — должны были написать эссе, которое затем восхвалял («Прекрасная работа!) или подвергал разгромной критике («В жизни не читал более неудачного эссе!») другой участник эксперимента — «подсадная утка», игравший роль студента (Bushman & Baumeister, 1998). Затем все авторы играли со своими «критиками» в игру на быстроту реакции. Если «критик» проигрывал, «писатель» получал право подвергнуть его наказанию шумом любой интенсивности и любой продолжительности. После критики «авторы» с завышенным самомнением становились «особенно агрессивными» и устраивали своим обидчикам в три раза более мучительную аудиальную пытку, нежели «писатели» с нормальной самооценкой.

«Диапазон восторженных утверждений, связанных с проявлением завышенной самооценки, ранжировался от фантазий до откровенной чуши», — пишет Баумейстер, полагающий, что «имеет больше публикаций по этой проблеме, чем кто-либо другой». «Влияние самооценки незначительно, ограниченно и не всегда позитивно» (Baumeister, 1996). По мнению Баумейстера, люди с высоким самомнением, как правило, несносны: они склонны перебивать собеседников, диалогу предпочитают собственные монологи (в отличие от людей с низкой самооценкой, которые более скромны, застенчивы и легко смущаются). «Я считаю, что самоконтроль в десять раз дороже самомнения».

Правда ли, что чрезмерное самомнение людей, совершающих порой предосудительные поступки, — маска, за которой скрывается неуверенность в себе и низкая самооценка ? Правда ли, что напористые, страдающие нарциссизмом люди на самом имеют уязвимое «эго» и старательно прячут его за фасадом самоуверенности? Многие исследователи пытались отыскать за внешней броней низкую самооценку. Однако изучение хулиганов, членов различных банд, диктаторов, правление которых отмечено геноцидом, и откровенных себялюбцев не выявило и намека на нее. «Скрываемая от посторонних глаз низкая самооценка — это “эфир” психологов нашего времени, — пишет Дейвс. — “Эфир” — это субстанция, которая, по мнению наших предшественников, заполняла все пространство и играла роль “транспортного средства” для световых волн. Доказать ее существование никто не смог, и когда Эйнштейн создал свою теорию относительности, от этой концепции отказались. Вера в то, что причиной нежелательного поведения является низкая самооценка, которую невозможно обнаружить,

еще менее правдоподобна; все доступные нам свидетельства опровергают ее».

Негативные проявления завышенной самооценки, ее оборотная сторона, не очень хорошо согласуются с данными о том, что у людей с низкой самооценкой несколько чаще возникают соответствующие клинические проблемы, включая тревожность, одиночество, а также нарушения пищеварения. Когда такие люди плохо чувствуют себя или ощущают опасность, они склонны все видеть в мрачном свете, замечать и запоминать самые плохие поступки окружающих и думать о том, что близкие не любят их (Murray et al., 1998; Ybarra, 1999).

Более того, по данным Кристины Салмивялли и ее коллег (Университет города Турку, Финляндия), самооценка служит хулиганам для самозащиты и самовозвеличивания (Salmivalli et al., 1999). Люди с «врожденным самоуважением», т. е. те, кому не нужно ни стремиться быть в центре внимания, ни злиться на критику, чтобы ощутить свою значимость, чаще выступают в роли защитников жертв насилия. Люди, уверенные в своих достоинствах, не спешат «занимать оборону» (Epstein & Feist, 1988). Они также менее уязвимы для критики и не спешат выносить суждения: они меньше склонны переоценивать тех, кто их любит, и ругать тех, кто не любит (Baumgardner et al., 1989).

Размышления о самоэффективности и предрасположении в пользу своего Я

Я абсолютно уверен: многие читатели сочтут, что предрасположение в пользу своего Я либо вызывает депрессию, либо противоречит знакомому им по собственному опыту чувству неадекватности. К вашему сведению: даже люди, которым свойственно предрасположение в пользу своего Я, тем не менее чувствуют, что невыгодно отличаются от некоторых конкретных индивидуумов, и в первую очередь от тех, кто немного успешнее, привлекательнее и компетентнее их. И вовсе не всем присуще предрасположение в пользу своего Я. Есть люди, которые действительно страдают от недостатка самоуважения.

Те испытуемые, чью самооценку по ходу эксперимента временно снижали (например, им говорили, что у них плохие результаты теста интеллекта), проявляли большую склонность к тому, чтобы унижать других (Beauregard & Dunning, 1998). Люди, чье эго недавно было травмировано, тоже более склонны к тому, чтобы объяснять успех или поражение, пользуясь стратегиями самосохранения, в отличие от тех, кто получил подтверждение своей значимости (McCarrey et al., 1982). Следовательно, все, что угрожает самооценке, способно спровоцировать «защитную реакцию». Чувствуя, что «почва уходит у них из-под ног», люди могут прибегнуть к самоутверждению с помощью похвал в собственный адрес, к извиняющим их обстоятельствам или к принижению достоинств других. В принципе же, люди, которые недооценивают себя, склонны недооценивать и других. О том, кто насмехается, насмешка говорит ничуть не меньше, чем о его жертве.

(— Дорогой дневник, прости, но я опять вынужден побеспокоить тебя.)
Низкая самооценка

Тем не менее высокая самооценка идет рука об руку с восприятием, которое можно объяснить предрасположением в пользу своего Я. Люди, получающие высокие баллы по результатам тестирования самооценки (т. е. те, кто лестно отзываются о себе), столь же лестно отзываются о себе и тогда, когда объясняют свои успехи и неудачи (Ickes & Layden, 1978; Levine & Uleman, 1979; Rosenfeld, 1979), когда оценивают свои группы (Brown et al., 1988) и когда сравнивают себя с другими (Brown, 1986).

Предрасположение в пользу своего Я как проявление способности к адаптации

Предрасположение в пользу своего Я и сопровождающие его оправдания собственных промахов защищают людей от депрессии (Snyder & Higgins, 1988). У тех участников экспериментов, которые находятся в нормальном состоянии, всегда наготове причина, помешавшая им выполнить задание исследователя, им также кажется, что они контролируют ситуацию в большей степени, чем это есть на самом деле. Самооценки переживающих депрессию более точны: возможно, они менее лестные, зато более мудрые. (Подробнее этот вопрос освещен в Модуле А.)

<Нарциссизм, как и эгоизм, — это чрезмерная компенсация изначального недостатка любви к себе. *Эрих Фромм*, Бегство от свободы, 1941>

Рассмотрим и такой аспект. Благодаря свойственному нам нежеланию принимать критику, мы легко можем приписать окружающим более лестное мнение о нас, чем есть на самом деле (DePaulo et al., 1987; Kenny & Albright, 1987). Люди, пребывающие в состоянии умеренной депрессии, смотрят на вещи более трезво, и обычно их мнение о самих себе совпадает с мнением окружающих, что — и это понятно — может в некоторых случаях вызвать депрессию (Lewinsohn et al., 1980). Невольно начинаешь думать, что Паскаль, возможно, прав: «Если бы все мужчины знали, что говорят о них другие, в мире не было бы и двух пар друзей. Я считаю это непреложным фактом».

<В глаза никто не скажет нам того, что говорят за глаза. *Паскаль*, Мысли, 1670>

Авторы «теории управления страхом» (*terror management theory*) Джефф Гринберг, Шелдон Соломон и Том Пышински предлагают другое объяснение адаптивности позитивной самооценки (Greenberg, Solomon & Pyszczynski, 1997): они считают ее неким амортизатором тревожности, в том числе и тревожности, причиной которой является наша неминуемая смерть. В детстве мы усваиваем, что если ведем себя так, как учат родители, нас любят и защищают, если же демонстрируем непослушание, нам может быть отказано и в том и в другом. А это приводит к тому, что позитивная самооценка начинает ассоциироваться с чувством защищенности. Гринберг и его коллеги утверждают, что позитивная самооценка — т. е. восприятие самого себя как хорошего и защищенного — даже спасает нас от страха перед собственной неизбежной кончиной. Результаты их исследований свидетельствуют: напомнив людям о том, что они смертны (например, предложив им написать небольшое эссе о смерти), можно укрепить их во мнении о собственной значимости. Более того, высокая самооценка спасает человека от излишней тревожности при столкновении с опасностью.

Результаты новых исследований депрессии и тревожности позволяют предположить, что в предрасположении в пользу своего Я таится некая практическая мудрость. Возможно, из стратегических соображений правильно считать себя умнее, сильнее и социально более успешными, чем мы есть на самом деле. Обманщики, желающие убедить окружающих в своей честности, могут добиться больших успехов, если сами считают себя порядочными людьми. Вера в собственное превосходство способна быть и мотиватором наших достижений (сбывающиеся пророчества), и источником оптимизма в трудные времена.

Предрасположение в пользу своего Я как причина плохой адаптации

Хотя предрасположение в пользу своего Я и может защитить нас от депрессии, иногда оно становится причиной плохой адаптации. Люди, обвиняющие в своих социальных проблемах окружающих, нередко бывают более несчастными, чем те, кто способен признать свои ошибки (C. A. Anderson et al., 1983; Newman & Langer, 1981; Peterson et al., 1981). Более того, наиболее самоуверенные «экземпляры» нередко воспринимаются другими как эгоцентричные, надменные и лживые люди (Colvin et al., 1995). В истории человечества есть и диктаторы, проводившие политику геноцида, и сторонники идеи превосходства белой расы, и пьяницы, издевавшиеся над своими супругами, но общее для всех них — необузданное эго (Baumeister et al., 1996). Критика или насмешка окружающих, выражающих сомнение в обоснованности притязаний подобных личностей, вызывают такую ярость, что инцидент нередко заканчивается трагически.

<У победы — сотни отцов, но поражение — всегда сирота. *Граф Галеаццо Чиано*, Дневники, 1938>

Результаты исследований Барри Шленкера позволяют также говорить и о том, что

предрасположение в пользу своего Я способно развалить коллектив (Schlenker, 1976; Schlenker & Miller, 1977a; 1977b). Шленкер, выступавший в студенческие годы как гитарист в составе одной рок-группы, пишет: «Как правило, рок-музыканты преувеличивали собственный вклад в успехи группы и недооценивали свою вину в ее неудачах. На моих глазах из-за этой их склонности к самовосхвалению распалось немало хороших групп». Став впоследствии социальным психологом и работая в Университете штата Флорида, Шленкер изучал проявления самозащиты в группах. Он провел 9 экспериментов, участники которых сообща работали над определенными заданиями. Затем он говорил им, что они либо успешно справились с заданием, либо выполнили его плохо. И то и другое было неправдой. Во всех случаях члены «успешных» групп брали на себя большую ответственность за результат, нежели члены групп, не справившихся с заданием. Большинство членов «успешных» групп старались приписать себе основную заслугу, и лишь немногие признавали, что сделали меньше, чем другие.

<Показная демонстрация собственной ничтожности — это ложное смирение. Истинное смирение — это осознание присутствия рядом настоящего величия. *Джонатан Сакс*, Главный раввин Великобритании, 2000>

Если большинство членов какой-либо группы полагают, что их вклад в общее дело выше среднего уровня, а его оплата и оценка не соответствуют ему, весьма вероятны и разногласия, и зависть. Президенты колледжей и деканы разных факультетов знакомы с подобными ситуациями не понаслышке. Не менее 90% преподавателей колледжа (а иногда и больше) считают, что их уровень выше среднего (Blackburn et al., 1980; Cross, 1977). Поэтому нет ничего удивительного в том, что когда становится известно об увеличении зарплаты и оказывается, что половина получила среднюю или даже меньшую, чем средняя, прибавку, многие воспринимают это как проявление несправедливости по отношению к ним.

<Чужие грехи всегда у нас перед глазами, а собственные — за спиной. *Сенека*, De Ira, 43 г. н. э.>

Предрасположение в пользу себя также мешает людям правильно оценивать группы, к которым они принадлежат. Даже если группы не сильно отличаются друг от друга, большинство людей все равно считают свою группу лучшей (Codol, 1976; Jourden & Heath, 1996; Taylor & Doria, 1981). Рассмотрим несколько примеров.

— Большинство членов университетских женских клубов полагают, что члены их клуба значительно меньше склонны к тщеславию и зазнайству, чем члены других аналогичных клубов (Biernat et al., 1996).

— 53% голландцев считают свой брак (зарегистрированный или гражданский) более удачным, чем большинство других браков; только 1% опрошенных считают, что им повезло меньше, чем остальным (Bruunk & van der Eijnden, 1997).

— 66% американцев считают муниципальные школы, в которых учатся их старшие дети, «отличными» или «хорошими». Однако примерно столько же (64% опрошенных) оценивают муниципальное среднее образование как таковое менее лестно — как «удовлетворительное» или даже «плохое» (Whitman, 1996).

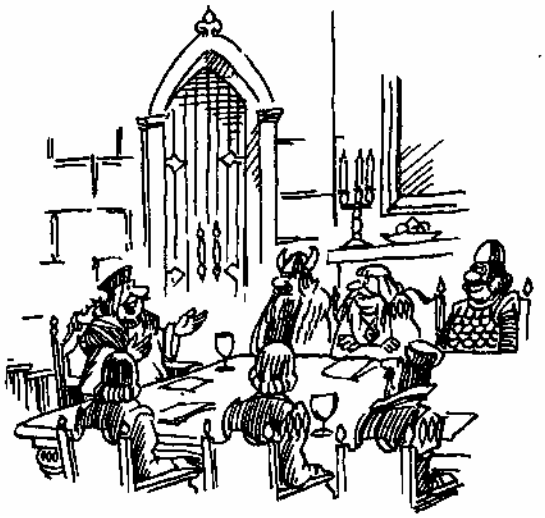
— Большинство президентов корпораций и менеджеров по производству составляют завышенные прогнозы продуктивности и роста своих фирм (Kidd & Morgan, 1969; Larwood & Whittaker, 1977).

Иногда подобный излишний оптимизм чреват неприятностями. Тех биржевых маклеров или дилеров на рынке недвижимости, которые полагают, что превосходят своих конкурентов по деловой интуиции, может постичь жестокое разочарование. Еще в XVII в. экономист Адам Смит, защитник экономического рационализма человека, предвидел, что люди будут переоценивать свои шансы на успех. Он писал, что «абсурдная вера в собственную удачу» есть порождение «той чрезмерной самонадеянности, с которой большинство людей оценивают собственные способности» (Spiegel, 1971, p. 243).

{Интервьюеры, которые судят о претенденте на работу по одному короткому разговору, склонны переоценивать свою интуицию}

То, что человеку свойственно благосклонное отношение к собственной персоне, ни для кого не новость: *hubric*, или *гордыня*, считалась пороком еще в Древней Греции. Как и испытуемые в наших экспериментах, герои древнегреческих трагедий не совершали осознанных злодеяний, они лишь

возомнили о себе слишком много. Тема гордыни и ловушек, в которые попадают обуреваемые ею люди, — одна из основных тем мировой литературы. В теологии гордыня долго занимала первое место в ряду «семи смертных грехов».



(— Значит, все согласны. У нас в Дании всегда полный порядок. Что-то прогнило в каком-то другом государстве.)

Гордыня, являющаяся следствием себялюбия, в условиях группы может быть особенно опасной

<И вот тут дьявол не смог сдержать усмешки, ибо нет греха, более любезного его сердцу, чем гордыня, которая рядится в одежды смирения. *Старинное присловье*>

Если гордыня — следствие благосклонного отношения к себе, то что же такое смирение? Результат отсутствия самоуважения? И можно ли уважать себя и быть уверенным в своих силах без того, чтобы демонстрировать предрасположенность в пользу своего Я? Перефразируя английского ученого и писателя К. С. Льюиса, можно сказать, что быть смиренным не значит пытаться убедить себя в своей уродливости, если на самом деле ты красив, или считать себя глупцом, если ты умен. В действительности чье-либо смирение «выше среднего уровня» может оказаться не более чем гордыней, скрываемой под маской ложной скромности. По данным Джеймса Фридриха, большинство студентов получают удовольствие от ощущения себя «выше среднего», не думая о том, на основании чего они могли бы считаться таковыми (Friedrich, 1996). Настоящее смирение больше похоже на на способность забыть о себе, чем на ложную скромность. Благодаря ему люди могут искренне наслаждаться и собственными талантами, и талантами окружающих.

Резюме

Вопреки распространенному мнению, будто большинство людей страдают от низкой самооценки или от комплексов неполноценности, результаты исследований стабильно свидетельствуют об обратном: большинству из нас присуще предрасположение в пользу своего Я. И в повседневности, и в лабораторных экспериментах мы нередко объясняем свои неудачи внешними причинами, а успехи приписываем себе. По таким параметрам, как субъективные, желательные личностные качества и способности, мы, как правило, считаем себя выше «середняков». Вера в самих себя становится причиной неоправданного оптимизма относительно нашего будущего. Мы также склонны переоценивать распространенность наших мнений и недостатков (*ложный консенсус*) и недооценивать распространенность присущих нам способностей и добродетелей (*ложная уникальность*). Подобное восприятие является отчасти следствием стремления к поддержанию и повышению самооценки, которое хоть и защищает людей от депрессии, но вносит определенный вклад в их неправильные суждения и групповой конфликт.

Самопрезентация

Похоже, что мы, люди, стремимся не только к тому, чтобы самим иметь лестное мнение о себе, но и к тому, чтобы представлять себя другим как можно в более благоприятном для нас свете. Каким образом подход к «управлению впечатлением» приводит к ложной скромности или к поведению, которое оборачивается собственным поражением?

Итак, мы уже знаем, что Я — это центр нашего социальных миров и что чрезмерное предрасположение в пользу своего Я искажает самооценку, хотя самоуважение и самоэффективность приносят некоторую пользу. Возможно, вас интересует такой вопрос: всегда ли искренни похвалы в собственный адрес? Соответствуют ли слова, произносимые человеком вслух, его потаенным мыслям? Или люди всего лишь делают хорошую мину при плохой игре, т. е. надежно скрывают от окружающих свои сомнения в собственной значимости?

Ложная скромность

Существуют неоспоримые доказательства того, что порой люди выдают себя не за тех, кем на самом деле являются. Однако наиболее яркий тому пример — не ложная гордыня, а ложная скромность. Возможно, вы уже и сами припомнили ситуации, когда кто-то не восхвалял себя, а занимался самобичеванием. Подобное поведение может быть очень тонким проявлением себялюбия, поскольку нередко вызывает у окружающих желание успокоить и «погладить по головке». Такая фраза, как «Я чувствовала себя последней дурой!», может подтолкнуть подругу к тому, что она начнет успокаивать: «Перестань! Ты все сделала правильно!» Даже фраза «Надо же было родиться такой уродиной!» способна вызвать как минимум такую ответную реакцию: «Вздор! Я знаю парочку людей, которые охотно поменялись бы с тобой!»

Есть и другая причина, заставляющая людей заниматься самоуничижением и восхвалять других. Представьте себе тренера, который перед важным матчем на все лады расхваливает соперника. Можно ли сказать, что он абсолютно искренен? Когда тренеры публично превозносят соперников, они делают это для того, чтобы создать у окружающих впечатление о нем и его подопечных как о скромных людях, настроенных на честную борьбу, и обеспечить благоприятные отзывы при любом исходе игры. В такой ситуации победа — достойное всяческой похвалы достижение, а поражение — следствие потрясающей игры команды-соперника в обороне. Как сказал Фрэнсис Бэкон, философ, живший в XVII в., скромность есть не что иное, как одно из проявлений «искусства хвастовства». Так, по данным Роберта Гоулда, Пола Бронштейна и Гарольда Сигала, участники лабораторного эксперимента — студенты Мэрилендского университета — тоже восхваляли своего будущего оппонента, но только тогда, когда оценивали его публично (Gould, Brounstein & Sigall, 1977). Анонимные характеристики были куда сдержаннее! Человек, осознающий собственные способности, ведет себя более естественно и не испытывает острой необходимости в оценочном поведении (Gibson & Sachau, 2000).

<Нередко смирение — всего лишь трюк, уловка, на которую пускается гордость, умолкающая на время только для того, чтобы затем еще громче заявить о себе. *Ларошфуко*, Максимы, 1665>

Ложная скромность проявляется и тогда, когда люди пишут автобиографии и перечисляют собственные достижения. На всех церемониях, посвященных вручению премий и призов, награжденные в изысканной форме благодарят своих близких — и не только их — за поддержку. Так, принимая Академическую премию, Морин Стэйплтон благодарил свою семью, детей, друзей и всех, кого он встречал на протяжении всей своей жизни. Противоречит ли подобная щедрость при «раздаче благодарностей» распространенному мнению, согласно которому люди с готовностью приписывают успехи своим собственным усилиям и компетентности?

Чтобы ответить на этот вопрос, Рой Баумейстер и Стейси Илко попросили студентов описать какой-либо свой успех, который они считают важным для себя (Baumeister & Ilko, 1995). Те испытуемые, которых они попросили подписать свои сочинения и которые предполагали, что их работы будут прочитаны вслух, преимущественно благодарили за оказанные им помощь и моральную поддержку. В анонимных работах слова благодарности встречались редко, их авторы изображали себя единоличными творцами собственных достижений. Эти результаты позволили Баумейстеру и Илко предположить, что людям присуща «напускная признательность» — поверхностная благодарность, некая маска, которая надевается лишь для того, чтобы казаться скромным, хотя «в глубине души» они

считают творцами собственных успехов только самих себя.

Напускная признательность проявляется в тех случаях, когда мы, подобно Морину Стэйплтону, добиваемся бо́льших успехов, чем окружающие, и не уверены в их чувствах к нам. Если нам кажется, что наш успех может вызвать у кого-то зависть или недоброжелательное отношение, — феномен, названный Джулией Экслайн и Марси Лобел (Exline & Lobel, 1999) «опасностями, подстерегающими победителя», — мы можем принизить собственные достижения и изобразить признательность. Людям, добивающимся действительно значительных достижений, не нужно притворяться скромными: скромность — их естественное качество.

Создание препятствий самому себе

Нередко люди сами подрывают собственные шансы на успех, создавая препятствия, которые делают его менее вероятным. Они далеки от мысли о сознательном саморазрушении и, как правило, ведут себя так в целях самозащиты (Arkin et al., 1986; Baumeister & Scher, 1988; Rhodewalt, 1987). «Никакой я не неудачник. И все было бы в полном порядке, если бы не одно “но”».

Почему люди сами мешают себе подобным пораженчеством? Вспомните, с какой готовностью мы бросаемся на защиту собственного имиджа, когда приписываем свои неудачи внешним обстоятельствам. Вы можете понять, почему люди, *боясь неудачи*, тем не менее способны сами мешать себе: провести полночи накануне интервью по поводу работы на вечеринке или играть в видеоигры вместо того, чтобы готовиться к трудному экзамену? Если собственный имидж человека тесно связан с результативностью его действий, закончившиеся неудачей серьезные усилия могут быть для него более травмирующими, нежели создание помех собственными руками с последующим готовым объяснением причины неудачи. Если мы потерпим неудачу, так или иначе мешая себе, то можем продолжать цепляться за ощущение собственной компетентности, а если и при этих условиях преуспеем, то лишь вырастем в собственных глазах. Препятствия, которые мы создаем себе сами, защищают как нашу самооценку, так и мнение о нас окружающих: они позволяют нам приписывать свои поражения каким-либо временным или внешним факторам («Я неважно чувствовал себя», «Накануне я слишком поздно вернулся домой»), а не отсутствию таланта или способностей.

<Без попытки нет неудачи, а коль скоро нет неудачи — нет и унижения. *Уильям Джеймс*, Принципы психологии, 1890>

Анализ феномена, известного под названием *создание препятствий самому себе*, сделанный Стивеном Бергласом и Эдвардом Джоунсом (Berglas & Jones, 1978), был подтвержден авторами в ходе лабораторного эксперимента, цель которого была обозначена для испытуемых как «изучение влияния наркотиков на интеллект». Представьте себе, что вы — студенты Университета Дьюка, участвующие в этом эксперименте. После того как вы ответили на несколько трудных вопросов из теста на измерение способностей, вам говорят: «До сих пор мало кто добивался таких блестящих результатов!» Вы не помните себя от счастья, а вам, прежде чем продолжить тестирование, предлагают на выбор два «наркотика», один из которых якобы активизирует умственную деятельность, а другой тормозит ее. Какой вы выберете? Большинство испытуемых предпочли тот, что тормозит: на тот случай, если они не очень успешно справятся с вопросами, у них будет готовое объяснение.

Исследователи доказали существование и других способов, посредством которых люди сами создают себе препятствия. Страх людей перед неудачами проявляется по-разному. Они:

— перед важными соревнованиями уменьшают интенсивность тренировок (речь о спортсменах, занимающихся индивидуальными видами спорта) (Rhodewalt et al., 1984);

— дают преимущество своему оппоненту (Shepperd & Arkin, 1991);

— жалуются на депрессию (Baumgartdner, 1991);

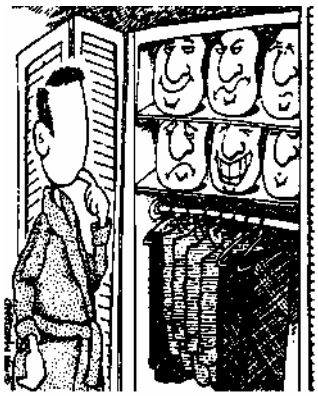
— сразу же начинают плохо выполнять задание, чтобы окружающие не связывали с ними ожиданий, которым не суждено будет осуществиться (Baumgardner & Brownlee, 1987);

— при выполнении трудного задания, требующего полной самоотдачи, не выкладываются так, как могли бы (Hormuth, 1986; Pyszczynski & Greenberg, 1987; Riggs, 1992; Turner & Pratkanis, 1993).

Управление впечатлением

Предрасположенность в пользу своего Я, ложная скромность и препятствия, которые мы создаем себе сами, — все это свидетельства нашей глубочайшей заботы о собственном имидже. Степень управления нами впечатлением, которое мы производим на окружающих, может быть разной, но занимаемся мы им постоянно. Хотим ли мы потрясти окружающих, запугать их или показаться беспомощными, мы — социальные животные, играющие «на зрителя».

Термином **самопрезентация** обозначается наше желание создать благоприятное впечатление о себе как у «внешней аудитории» (у окружающих), так и у «внутренней аудитории» (у самих себя). Мы работаем над созданием собственного имиджа. Чтобы поддержать свой имидж и подтвердить его, мы извиняем или оправдываем себя или приносим свои извинения другим (Schlenker & Weigold, 1992). В привычных ситуациях все это происходит без сознательных усилий. В незнакомых ситуациях, например на вечеринке, в присутствии людей, на которых нам бы хотелось произвести впечатление, или во время беседы с человеком противоположного пола мы безошибочно осознаем, какое именно впечатление производим, а потому ведем себя не так скромно, как в окружении друзей, которые нас хорошо знают (Leary et al., 1994; Tice et al., 1995). Готовясь сфотографироваться, мы даже можем «примерять» перед зеркалом разные выражения лица.



(— Гм... Что же мне сегодня надеть?)

Учитывая внимание, которое мы уделяем самопрезентации, не приходится удивляться тому, что если провал может выставить человека в невыгодном свете, он сам начинает чинить себе препятствия (Arkin & Baumgardner, 1985). Не приходится удивляться и тому, что люди рискуют своим здоровьем: загорают до черноты, несмотря на то, что солнечная иррадиация — причина морщин и рака; доводят себя до анорексии [Анорексия — полная потеря аппетита. — *Примеч. науч. ред.*]; не приобретают презервативов и не пользуются ими; идя на поводу у приятелей, начинают курить, пить и употреблять наркотики (Leary et al., 1994). Нет ничего удивительного и в том, что люди становятся скромнее, когда чувствуют, что их самомнению грозит опасность, например, в лице специалистов, которые — если тщательно изучат их оценки — заставят их «спуститься с небес на землю» (Arkin et al., 1980; Riess et al., 1981; Weary et al., 1982). Профессор Смит, представляя свою работу коллегам, будет с меньшей уверенностью говорить о ее значимости, чем перед студенческой аудиторией.

<Объясняя, почему в его стране в два раза меньше адвокатов, чем в Вашингтонгском округе, Кодзи Янаси, должностное лицо из коллегии адвокатов Японии, сказал: «Если мяч угодит в голову американца, находящегося на бейсбольном стадионе, он подаст в суд. Оказавшись в аналогичной ситуации, японец скажет: “Это делает мне честь. И потом, я сам виноват. Нечего было стоять здесь”».>

Есть люди, для которых осознанная самопрезентация — стиль жизни. Они постоянно наблюдают за своим поведением, замечают реакцию окружающих, а затем «доводят» свое социальное поведение до такого «качества», которое обеспечивает им достижение желаемого эффекта. Люди с высокоразвитым чувством самоконтроля (например, те, которые соглашаются, что стремятся быть такими, какими их хотят видеть окружающие) подобны социальным хамелеонам: они «подгоняют» свое поведение под внешние обстоятельства (Snyder, 1987; Gangestad & Snyder, 2000). Ставя свое поведение в зависимость от ситуации, такие люди, скорее всего, поддерживают установки, которые на самом деле им чужды (Zanna & Olson, 1982). Не упуская из виду других, они, вероятнее всего, не будут вести себя в соответствии с собственными установками. Следовательно, для людей с развитым чувством

самоконтроля установки играют роль некой социальной настройки: они помогают им адаптироваться к новой работе, новым ролям и новым взаимоотношениям.

<После проигрыша более молодой сопернице прославленная теннисистка Мартина Навратилова призналась, что «не рискнула играть в полную силу... Я смертельно боялась убедиться в том, что они, молодые, могут победить меня даже тогда, когда я полностью выкладываюсь. Потому что если бы это произошло, мне пришлось бы зачехлить ракетку». *Франкел и Снайдер*, 1987>

Люди с более низким чувством самоконтроля меньше озабочены тем, что о них думают окружающие. В своих действиях они исходят из собственных мыслей и чувств, а это значит, что их слова и действия, скорее всего, соответствуют их убеждениям (McCann & Hancock, 1983). Так, когда студентки Британского университета, не отличавшиеся склонностью к самоконтролю, отвечали на вопросы о своих гендерных установках, результаты опроса не зависели от женственности одежды и поведения женщины-интервьюера (Smith et al., 1997). (Студентки с развитым чувством самоконтроля в присутствии женственной «интервьюерши» старались выглядеть более женственными.) Если считать высшим пределом самоконтроля талантливого афериста, а низшим — непоколебимую нечувствительность, то окажется, что большинство из нас располагаются посередине этой шкалы.

Самопрезентация, создающая желательное впечатление, — очень тонкая материя. Люди хотят, чтобы их считали не только способными, но и скромными, и честными (Carlson & Shovar, 1983). Скромность производит хорошее впечатление, а беспричинное хвастовство — плохое (Forsyth et al., 1981; Holtgraves & Srull, 1989; Schlenker & Leary, 1982). Этим и объясняется происхождение такого феномена, как ложная скромность: в глубине души мы нередко оцениваем себя выше, чем на людях (Miller & Schlenker, 1985). Но если мы действительно сделали нечто хорошее и это всем очевидно, фальшивые разуверения вроде «Подумаешь! Не о чем говорить!» могут восприниматься как проявление напускного смирения. Чтобы произвести хорошее впечатление — т. е. чтобы тебя сочли компетентным, но в то же время и скромным, — нужно иметь определенные социальные навыки.

Социальная психология в моей жизни

Я отчаянно хотела считать себя человеком, не обремененным привычкой к самоконтролю, т. е. таким человеком, который в различных социальных ситуациях остается самим собой. В действительности же большие праздники, собиравшие людей, с которыми я подружилась в разное время при разных обстоятельствах, например мои дни рождения, вызывали у меня стресс. У меня есть школьные друзья, друзья студенческих лет, друзья, с которыми я познакомилась во время обучения за границей, и бывшие сослуживцы. И я всегда чувствовала, что разные группы связывают со мной разные ожидания. Нельзя сказать, что, «переходя от группы к группе», я всякий раз становлюсь другой. Скорее, верно другое: общение с каждой группой происходит по своему «сценарию», и то, что он заранее известен мне, радует и успокаивает меня. Самоконтроль помогает мне чувствовать, что я «иду в ногу» с теми своими друзьями, с которыми общаюсь.

<Общественное мнение всегда более деспотично по отношению к тем, чей страх перед ним очевиден, нежели по отношению к тем, кто равнодушен к нему. *Бертран Расселл*, В борьбе за счастье, 1930>

Стремление к презентации себя как скромного человека, обладающего сдержанным оптимизмом по поводу собственной персоны, особенно заметно в культурах, которые ценят самоограничение, в частности в Китае и Японии (Heine et al., 2000; Lee & Seligman, 1997; Markus & Kitayama, 1991; Yik et al., 1998). Китайцам и японцам предрасположение в пользу своего Я свойственно в меньшей степени. Они с детства учатся делить успех с другими и брать на себя ответственность за поражения. «В том, что я потерпел неудачу, виноват я сам, а не моя группа» (Anderson, 1999). Детей в странах Запада учат приписывать успехи себе, а неудачи объяснять невезением. Результатом, по мнению Филипа Зимбардо, является большая скромность и застенчивость привыкших держаться в тени японцев (Zimbardo, 1993).

<Любому правителю совсем не обязательно иметь все желательные достоинства, но совершенно необходимо производить впечатление, будто он обладает ими. *Никколо Макиавелли* (1469-1527)>

{**Групповая идентичность.** В странах Азии самопрезентации отводится лишь незначительное место. Дети учатся идентифицировать себя с теми группами, к которым принадлежат}

Вопреки такой заботе о самопрезентации, в глубине души большинство людей во всем мире — далеко не критики собственных персон. Предрасположение в пользу своего Я присуще учащимся средних школ и студентам университетов Голландии, бельгийским баскетболистам, индусам, живущим в Индии, японским водителям, школьникам Израиля и Сингапура, австралийским студентам и рабочим, китайским студентам, студентам и спортивным обозревателям и французам всех возрастов (Codol, 1976; de Vries & van Knippenberg, 1987; Falbo et al., 1997; Feather, 1983; Hagivara, 1983; Hallahan et al., 1997; Jain, 1990; Liebrand et al., 1986; Lefebvre, 1979; Murphy-Berman & Sharma, 1986; Ruzzene & Noller, 1986; Yik et al., 1998).

Резюме

Будучи социальными животными, мы соотносим свои слова и поступки с потребностями окружающих. Можно сказать, что мы до известной степени осуществляем самоконтроль, следим за своим поведением и регулируем его таким образом, чтобы произвести на окружающих нужное нам впечатление. Различные подходы к подобному управлению впечатлением объясняют происхождение таких проявлений ложной скромности, как самоуничижение, восхваление конкурентов или публичное приписывание другим того успеха, который в глубине души человек считает своей личной заслугой. Для оправдания неудачи и защиты своего самоуважения люди порой идут даже на то, чтобы своим пораженческим поведением создать себе препятствия.

Постскриптум автора

Двуликая истина: опасности, подстерегающие гордеца, и сила позитивного мышления

Знание о самоэффективности вдохновляет нас на противостояние тяжелым ситуациям, на упорство вопреки изначальным неудачам и на то, чтобы не позволять сомнениям в собственных силах отвлекать нас от движения к намеченной *цели.* Развитое самоуважение исполняет также и адаптивную функцию. Человек, который верит в свои позитивные возможности, менее уязвим для депрессии и имеет более высокие шансы на успех.

Знание о неоправданном оптимизме и прочих формах предрасположенности в пользу своего Я напоминает нам о том, что самоэффективность — лишь одна сторона того, что называется Я в социальном мире. Если позитивному мышлению подвластно абсолютно все, значит, неудачный брак, бедность или депрессия — исключительно наша собственная вина. Стыдитесь! Если бы только мы не были такими ленивыми, недисциплинированными и глупыми! Непонимание того, что трудности порой отражают непреодолимое давление социальных ситуаций, может подтолкнуть нас не только к перекладыванию вины за проблемы и трудности на тех, кто их переживает, но и к аналогичным обвинениям в собственный адрес. Самые большие ожидания порождают не только величайшие достижения, но и самые сильные разочарования.

Эти две правды — о самоэффективности и предрасположении в пользу своего Я — напомнили мне то, чему учил Паскаль 300 лет тому назад: «Мир сложен, и поэтому одной истины всегда мало. Любая истина, взятая в отрыве от той истины, которая дополняет ее, — всего лишь полуправда».

Глава 3. Социальные убеждения и суждения

Это случилось в Париже августовской ночью 1997 г. Анри Поль отъехал от заднего входа отеля «Риц», и вскоре его автомобиль уже мчался по набережной Сены. Когда машина, в которой находились принцесса Диана, ее друг Доди Аль-Файед и их охранник, въехала в тоннель, водитель не сбросил газ. Он не справился с управлением, и автомобиль врезался в опору тоннеля; в результате лобового столкновения «мерседес» превратился в груду металла, а водитель и оба его пассажира, имена которых были известны всему миру, погибли.

Эта трагедия анализировалась и обсуждалась в течение многих последующих недель. Кто виноват в случившемся? Водитель, который пил незадолго до того, как сел за руль? Или обстоятельства

и прежде всего — папарацци — фоторепортеры, которые преследовали машину принцессы и могли ослепить водителя вспышками своих фотоаппаратов? «Они вызывают у меня отвращение и тошноту», — сказал ведущий основной вечерней новостной передачи французского телевидения и сравнил папарацци с «крысами». Однако популярная пресса встретила это обвинение в штыки. «Водитель был в стельку пьян, и причина трагедии в этом», — сказал редактор одной из газет.

А что стало причиной другого трагического события, случившегося в апреле 1999 г. в *Columbine High School* (г. Литтлтон, штат Колорадо), где Энрико Гаррис и Дилан Клеболд застрелили 13 своих соучеников? Для потрясенных родителей убийц, их одноклассников, да и для большинства американцев вопрос «почему?» приобрел принципиальное значение. Можно ли объяснить убийство невменяемостью подростков? Или оно — следствие «недостаточного внимания со стороны родителей и других лиц, ответственных за их воспитание», и суд примет это во внимание, когда начнется процесс? А может быть, во всем виновато многочасовое общение обоих с такими агрессивными видеоиграми, как *Doom* («Смерть»), с телепередачами вроде *Natural Born Killers* («Прирожденные убийцы») и *Basketball Diaries* («Баскетбольный дневник»), герои которых, ненормальные дети, учиняют кровавые побоища? Об этом стало известно после трагедии. Или насмешки и остракизм, от которых они страдали по вине некоторых своих учеников? И об этом тоже стало известно уже после того, как несчастье произошло. Или дело в нескольких отказах, полученных Гаррисом незадолго до этого: от девушки, которую он хотел пригласить на выпускной бал, из других колледжей, из морской пехоты?

Как свидетельствуют эти примеры, наши суждения о том, что делают отдельные люди и целые народы, зависят от того, как мы объясняем их поведение. В зависимости от предлагаемого нами объяснения мы можем назвать человека, совершившего убийство, киллером, душегубом, патриотом или человеком, который защищал собственную жизнь. От нашего объяснения зависит, сочтем ли мы бездомного человека жертвой собственной лени и безволия или жертвой безработицы и нерадивости социальных служб. Припишем ли мы дружелюбие окружающих тому, что мы действительно нравимся им, или их желанию добиться нашей благосклонности, тоже зависит от нашей интерпретации.

Как мы объясняем поступки окружающих

Все мы считаем своим долгом объяснять поступки окружающих, а долг социальных психологов — ответить на вопрос, почему мы интерпретируем их именно так, а не иначе. Как и насколько точно люди объясняют поведение окружающих? В теории атрибуции можно найти несколько вариантов ответа на этот вопрос.

Человеческий разум стремится понять смысл происходящего. Если производительность труда снижается, значит ли это, что рабочие становятся более ленивыми? Может быть, устарело и стало менее эффективным оборудование, на котором они работают? Можно ли сказать, что мальчишка, который бьет своих одноклассников, агрессивен от рождения? Или он таким образом реагирует на бесконечные насмешки? Когда продавец говорит: «Эта вещь просто создана для вас!» — отражают ли эти слова его истинные чувства? Или это всего лишь ловкий ход «торгаша»?

Кто виноват: человек или обстоятельства?

Мы без конца анализируем и обсуждаем разные события и их возможные причины, особенно если случается что-то неприятное или неожиданное (Bohner et al., 1988; Weiner, 1985). Известно, например, что семейные люди часто анализируют поведение своих «половин», особенно их негативные поступки (Holtzworth & Jacobson, 1985; 1988). Холодность и враждебность одного из супругов чаще, чем нежное объятие, заставляют второго задаться вопросом «За что?» Объяснения, которые они при этом сами находят, коррелируют с их удовлетворенностью своим браком вообще. Неудовлетворенные своей семейной жизнью люди обычно предлагают такие объяснения негативных действий, которые только усугубляют ситуацию («Она опоздала, потому что ей вообще наплевать на меня»). Те же, кто счастлив в браке, как правило, объясняют случившееся внешними причинами («Она опоздала, потому что кругом сплошные пробки»). Если вторая половина совершает какой-либо хороший поступок, объяснения тоже зависят от характера отношений: «Он принес мне цветы, потому что хочет переспать

со мной» или «Он принес мне цветы, чтобы доказать свою любовь» (Hewstone & Fincham, 1996; Weiner, 1995).

Антония Эбби и ее коллеги собрали немало свидетельств, доказывающих, что мужчины более, чем женщины, склонны объяснять дружеское отношение женщин определенным сексуальным интересом (Abbey et al., 1987; 1991). Подобное заблуждение, выражающееся в том, что обычное дружелюбие истолковывается как сексуальный призыв (оно называется ошибочной атрибуцией), может вносить определенный вклад в поведение, которое женщины (и в первую очередь американки) воспринимают как сексуальные домогательства или попытку изнасилования (Johnson et al., 1991; Pryor et al., 1997; Saal et al., 1989). Подобная ошибочная атрибуция особенно вероятна в ситуациях, когда мужчина обладает определенной властью. Начальник вполне может превратно истолковать дружелюбие и сговорчивость подчиненной ему женщины и, не сомневаясь в своей правоте, станет придавать всем ее поступкам «сексуальную окраску» (Bargh & Raymond, 1995).

Подобные ошибочные атрибуции помогают в объяснении большей сексуальной настойчивости, присущей мужчинам во всем мире, и роста числа мужчин, представляющих разные культуры от Бостона до Бомбея, которые оправдывают насильников и возлагают вину за изнасилования на поведение их жертв (Kanekar & Nazareth, 1988; Muehlenhard, 1988; Shotland, 1989). По мнению женщин, мужчины, совершающие сексуальное насилие, — преступники, заслуживающие самого сурового наказания (Schutte & Hosch, 1997). Ошибочные атрибуции помогают также понять, почему в то же время о том, что их принуждали вступать в сексуальные отношения, говорят 23% американок, а том, что им доводилось принуждать женщин к этому, — только 3% мужчин (Laumann et al., 1994). Сексуально агрессивные мужчины особенно предрасположены к превратному толкованию коммуникабельности женщин (Malamuth & Brown, 1994). У них это просто «в голове не укладывается».

Теория атрибуции анализирует то, как мы объясняем поведение окружающих. Разным версиям этой теории присущи некоторые общие теоретические положения. Дэниел Гилберт и Патрик Мэлоун полагают, что «для каждого из нас кожа человека — некая особая граница, отделяющая одну группу “каузальных сил” от другой. На освещенном солнцем поверхностном слое кожи (эпидермисе) находятся внешние, или ситуативные, силы, действие которых направлено внутрь, на человека, а на мясистой поверхности — внутренние, или личностные, силы, обращенные вовне. Иногда действие этих сил совпадает, иногда они действуют в разных направлениях, и их динамическое взаимодействие проявляется в виде наблюдаемого нами поведения» (Gilbert & Malone, 1995).

{**Все дело в атрибуции?** Обвинения в сексуальных домогательствах нередко становятся следствием неверно истолкованного мужчинами дружелюбия, свойственного женщинам, потому что они принимают его за проявление сексуального интереса. Подобная ошибка атрибуции становится причиной такого поведения, которое воспринимается женщинами как сексуальные домогательства. Широкую известность получил иск Паулы Джонс, обвинившей в сексуальных домогательствах президента Клинтона. Вина президента не была доказана, и до суда дело не дошло}

Фриц Хайдер, общепризнанный создатель теории атрибуции, анализировал «психологию здравого смысла», к помощи которой люди прибегают, объясняя повседневные события (Hider, 1958). Вывод, к которому он пришел, заключается в следующем: люди склонны приписывать поведение окружающих либо внутренним причинам (например, личностной предрасположенности), либо внешним (например, ситуации, в которой человек оказался). Так, учитель может сомневаться в истинных причинах плохой успеваемости своего ученика, не зная, является ли она следствием отсутствия мотивации и способностей («диспозиционная атрибуция») или следствием физических и социальных обстоятельств («ситуационная атрибуция»).

(— Итак, если кофе хорош, то благодарность будет мистеру Кофе, а если плох, то претензии мне.)

Мы склонны объяснять поведение окружающих или результаты тех или иных событий либо внутренними (диспозиционными), либо внешними (ситуативными) причинами

Нередко не удается провести четкую границу между внутренними (диспозиционными) и внешними (ситуативными) причинами, ибо внешние обстоятельства вызывают внутренние изменения (White, 1991). Возможно, между выражениями «Школьник напуган» и «Школа пугает ребенка» существует лишь небольшая семантическая разница, тем не менее социальные психологи выяснили, что мы нередко приписываем поведение окружающих *либо* исключительно их диспозициям [Диспозиции — это устойчивые черты, мотивы и установки, присущие личности. — *Примеч. науч. ред.*], либо только ситуации. Так, когда Константин Седикидис и Крейг Андерсон спросили у американских студентов, почему американцы были настроены против Советского Союза, 8 респондентов из 10 объяснили это тем, что американцы считали его граждан «заблуждающимися», «неблагодарными» и «склонными к предательству» людьми. Однако 9 респондентов из 10 сочли все недостатки русских следствием репрессивного режима, царящего в их стране (Sedikides & Anderson, 1992).

Предполагаемые черты

Эдвард Джоунс и Кейт Дэвис обратили внимание на то, что мы нередко полагаем, будто намерения и диспозиции окружающих соответствуют их поведению (Jones & Davis, 1965). Если в моем присутствии Рик позволит себе язвительное замечание в адрес Линды, я могу предположить, что он — недобрый человек. «Теория соответствующих предположений», созданная Джоунсом и Дэвисом, конкретизирует условия, при которых подобные атрибуции наиболее вероятны. Например, обычное или ожидаемое поведение говорит нам о человеке меньше, чем необычное поведение. Если Саманта позволяет себе колкости во время интервью, от исхода которого зависит, примут ее на работу или нет (т. е. ситуация, в которой принято вести себя вежливо), это говорит нам о ней больше, чем ее сарказм по отношению к друзьям.

{Как объяснить, что студент заснул прямо в аудитории? Тем, что он не выспался, или тем, что ему просто скучно? Припишем ли мы его сонливость внутренним или внешним причинам, зависит от того, замечали ли мы, что он постоянно спит на всех лекциях, и от того, как его соученики реагируют на его сон именно во время этих занятий}

Легкость, с которой мы приписываем людям те или иные качества, достойна восхищения. Джеймс Ульман, проводя эксперименты в Нью-Йоркском университете, просил студентов запоминать разные фразы, в том числе и такую: «Библиотекарь переносит через дорогу покупки пожилой дамы». При этом студенты сразу же помимо собственной воли и подсознательно делали вывод о личностном качестве. Когда позднее экспериментатор помогал им вспомнить это предложение, наиболее ценным ключевым словом оказалось не слово «книги» (подсказка, связанная с библиотекарем) и не слово «сумки» (намек на покупки), а «склонный к помощи» — предполагаемая черта, которую, сдается мне, и вы тоже непроизвольно приписали библиотекарю.

Атрибуции здравого смысла

Как следует из этих примеров, атрибуции часто рациональны. В качестве доказательства рациональности способов, к которым мы прибегаем, интерпретируя поведение, теоретик атрибуции Гарольд Келли описал использование нами информации о «постоянстве», «различиях» и «консенсусе» (Kelley, 1973) (рис. 3.1). Пытаясь понять, почему у Эдгара проблемы с его компьютером *XYZ*, большинство людей, как и полагается, используют информацию о постоянстве (всегда ли у Эдгара барахлит компьютер?), о различиях (возникают ли у Эдгара проблемы, когда он работает на всех компьютерах, или только на *XYZ*?) и о консенсусе (возникают ли у других пользователей компьютера *XYZ* такие же проблемы, как возникли у Эдгара?).

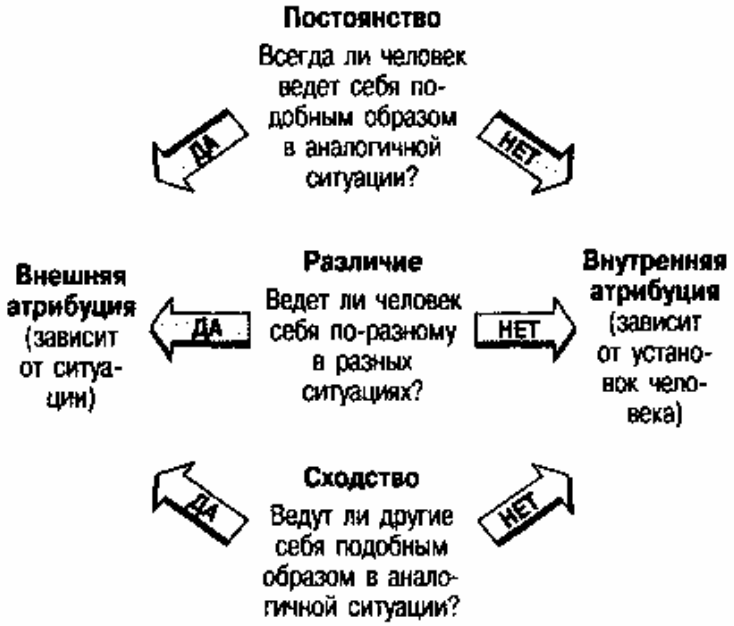


Рис. 3.1. Теория атрибуции Гарольда Келли. Какими именно — внутренними или внешними — причинами мы объясняем чье-либо поведение, зависит от трех факторов: постоянства, различий и консенсуса. Постарайтесь придумать собственные примеры такого плана: если Мэри и многие другие критикуют Стива (консенсус) и если Мэри не критикует никого другого (высокий уровень различия), мы делаем вывод о том, что имеет место какая-то внешняя причина (т. е. Стив действительно заслуживает критики). Если только Мэри критикует Стива (низкий уровень консенсуса) и если она критикует также и многих других (низкий уровень различия), мы прибегаем к внутренней атрибуции (причина заключается в самой Мэри)

Итак, на уровне здравого смысла мы нередко объясняем поведение логически. Однако Келли обнаружил, что в повседневной жизни люди часто недооценивают иные возможные причины, если известны другие правдоподобные объяснения того или иного поведения. Если я в состоянии назвать одну или две достоверные причины, по которым студент мог плохо сдать экзамен, то вполне могу проигнорировать или недооценить и альтернативные объяснения (McClure, 1998).

Интеграция информации

Дополнительные свидетельства в пользу разумности наших социальных суждений получены при изучении интеграции информации. По данным Нормана Андерсона и его коллег, существуют определенные правила, подчиняясь которым мы создаем целостное впечатление о человеке на базе разрозненных сведений (Anderson, 1968; 1974). Допустим, вам предстоит встреча с незнакомой вам девушкой, про которую вам сказали, что она «умная, бесстрашная, ленивая и искренняя». Результаты изучения того, каким образом люди связывают подобную информацию, позволяют предположить, что вы, скорее всего, «взвесите» каждое из этих определений с точки зрения их значимости для вас. Если вы считаете искренность наиболее важным качеством, вы придадите ей большее значение; вероятно также, что вы будете более чувствительны к негативной информации. Такая негативная информация, как «она

— непорядочный человек», может оказаться наиболее «сильнодействующим» фактором вследствие своей нетрадиционности. Если вы похожи на участников экспериментов Соломона Аша (Asch, 1946), Берта Ходжеса (Hodges, 1974), Рооса Вонка (Vonk, 1993), а также Рамадхара Синха и его коллег (Singh et al., 1997), то можете переоценить те сведения, которые получите раньше других, т. е. продемонстрировать феномен, называемый «эффектом первенства» (*primacy effect*). Первое впечатление способно повлиять на толкование информации, которую вы получите потом. После того как вам скажут про кого-то, что он «умен», вы, возможно, истолкуете решительность этого человека как храбрость, а не как безрассудство. После того как состоится взвешивание и интерпретация всех полученных вами сведений, в дело вступит ваш «внутренний калькулятор» и произойдет интеграция отдельных сведений. Результатом станет общее впечатление о незнакомке, с которой вам предстоит встретиться.

{От первого впечатления при знакомстве могут зависеть все последующие суждения, поэтому оно очень важно}

Фундаментальная ошибка атрибуции

Как станет понятно из последующих глав, важнейший урок социальной психологии — осознание того огромного влияния, которое оказывает на нас социальная обстановка. Наше внутреннее состояние — а значит, наши слова и дела — постоянно зависит от ситуации (и от того, что мы сами привносим в нее). Даже незначительное изменение экспериментальных параметров приводит порой к весьма заметным изменениям в поведении испытуемых. У меня была возможность убедиться в этом на собственном опыте, потому что мне приходилось проводить занятия и утром (в половине девятого), и вечером (в семь часов). Утром меня встречали отсутствующие взгляды, а вечером частенько приходилось напоминать студентам, что они не на вечеринке. В обеих ситуациях одни студенты были более разговорчивы, нежели другие, однако отличие между этими ситуациями было столь заметным, что его нельзя было приписать только индивидуальным различиям.

Исследователи, изучающие атрибуцию, обнаружили, что мы зачастую оказываемся неспособными оценить этот важный урок. Интерпретируя чье-либо поведение, мы недооцениваем влияние ситуации и переоцениваем роль индивидуальных особенностей и установок. Так, даже зная, что разговорчивость студентов во время занятий зависит от времени суток, я понял: мне трудно не поддаться искушению и не объяснить ее тем, что «утренняя аудитория» состояла из менее склонных к болтовне студентов, чем «вечерняя».

То, что подобная недооценка ситуации, названная Ли Россом **фундаментальной ошибкой атрибуции**, действительно имеет место, многократно доказано разными экспериментами (Ross, 1977). Авторы первого исследования такого рода, Эдуард Джоунс и Виктор Гаррис, привлекли студентов Университета Дьюка к участию в дискуссии о кубинском лидере Фиделе Кастро и предложили им выступить с речами в его поддержку или с осуждением его политики (Jones & Harris, 1967). Когда слушателям говорили, что позиция оратора определена им самим, они вполне логично предполагали, что речь его отражает установки, которых он сам придерживается. Однако что произошло, когда студентам сказали, что позиция предписана руководителем дискуссии? Они писали более убедительные речи, чем можно было ожидать от людей, которые всего лишь «пляшут под чужую дудку» (Allison et al., 1993; Miller et al., 1990). Следовательно, даже зная, что оратору было предписано придерживаться прокастровской позиции, студенты, тем не менее, не смогли удержаться и не приписать ему некоторую симпатию к Кастро (рис. 3.2). Ход их мыслей, скорее всего, был таким: «Да, я знаю, что эту позицию ему навязали, но, по-моему, он и сам отчасти согласен с ней».

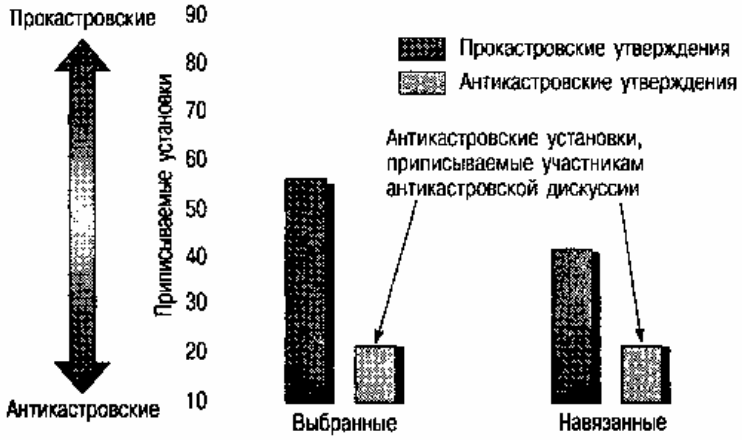


Рис. 3.2. Фундаментальная ошибка атрибуции. Слушая выступавших с критикой Кастро и в его поддержку, участники дискуссии, даже зная о том, что ораторы «озвучивают» навязанную им позицию, все равно приписывали ее им самим

Свидетельства в пользу этого феномена были получены также Питером Дитто и его коллегами, когда они попросили мужчин встретиться с женщиной, которая была их помощницей (Ditto et al., 1997). После встреч женщина описывала свои впечатления о каждом из них, а им нужно было догадаться, насколько они на самом деле ей понравились. Если в отзыве перечислялись только негативные впечатления, мужчины не принимали ее критику в расчет и говорили, что она выполняет приказ. Однако когда характеристика была лестной, как правило, мужчины приходили к выводу о том, что на самом деле понравились ей, причем не имело значения, верили ли они в ее благосклонность по собственной воле или по приказу. Когда фундаментальная ошибка атрибуции служит нашим собственным интересам, она принимает угрожающие размеры.

Ошибка атрибуции настолько «вошла в нашу плоть и кровь», что, даже зная, что поведение того или иного человека вызвано нами самими, мы тем не менее недооцениваем роль внешнего влияния. Если одни испытуемые высказывают какое-либо мнение, которое потом должны повторить другие испытуемые, первые все равно склонны видеть в последних людей, в той или иной мере разделяющих это мнение (Gilbert & Jones, 1986). Испытуемые, которых просят преувеличивать или преуменьшать собственные достоинства во время интервью, прекрасно отдают себе отчет в том, зачем они это делают. Однако они *не осознают* своего влияния на другого человека. Если Хуан ведет себя скромно, его доверчивый партнер Боб тоже будет вести себя скромно. Хуану не составит труда понять, почему он сам ведет себя именно так, но он решит, что бедняга Боб страдает от низкой самооценки (Baumeister et al., 1988). Короче говоря, мы склонны думать, что другие — именно таковы, как ведут себя. Люди, встречавшие Золушку в доме ее отца, где мачеха и сестры помыкали ею, считали ее безгласным существом, а принц, танцуя с ней на балу, увидел в ней прелестную и учтивую красавицу.

Интерпретируя *поведение окружающих*, мы совершаем фундаментальную ошибку атрибуции, свое же собственное поведение нередко объясняем ситуацией. Следовательно, Джон может объяснить свою несдержанность обстоятельствами («Я рассердился, потому что все идет не так, как надо»), а Элис может подумать иначе («Он рассердился, потому что вообще злюка»). Говоря о себе, мы обычно описываем свои действия и реакции («Меня раздражает, когда...). Говоря о ком-нибудь другом, мы чаще характеризуем этого человека («Он раздражительный») (Fiedler et al., 1991; McGuire & McGuire, 1986; White & Younger, 1988).

Даже в отсутствие внешних сил мы можем приписать свое поведение именно им. В главе 2 мы уже говорили о том, что люди нередко ошибаются в прогнозах относительно собственных эмоциональных реакций на те или иные события. Чаще, чем мы ожидаем, мы удовлетворяемся тем, что преподносит нам жизнь. Участники соревнований считают более значимыми те призы, которые они завоевали. В людях возникает внезапная симпатия к тем, с кем им предстоит встретиться. Поступая таким образом, люди начинают приписывать свои удачи некоему внешнему фактору — якобы влиятельной, обладающей проницательностью и благосклонной к ним силе (такой, например, как подсознательное влияние в экспериментах Дэниела Гилберта и его коллег) (Gilbert et al., 2000). Нечто подобное происходит и тогда, когда ивовый прут сгибается, подчиняясь неуловимому движению мышц

того, кто держит его в руке: может создаться впечатление, что прут реагирует на движение подземных вод. Даже тогда, когда маятник запускается собственным неосознанным движением руки, может показаться, что и в этой ситуации не обошлось без внешней силы (Hyman, 1999).

Фундаментальная ошибка атрибуции в повседневной жизни

Если нам известно, что благодарить за покупки и желать удачи входит в обязанность контролера расчетного узла, будем ли мы автоматически считать его вежливым и доброжелательным человеком? Разумеется, мы знаем цену поведению, которое считаем следствием скрытых побудительных мотивов (Fein et al., 1990). И все-таки давайте посмотрим, что произошло, когда студенты *Williams College* беседовали с предполагаемым будущим клиническим психологом — студенткой, которая держалась либо сердечно и дружелюбно, либо холодно и отчужденно. Исследователи, Дэвид Наполитан и Джордж Готалс, заранее предупредили половину участников эксперимента о том, что ее поведение будет спонтанным (Napolitan & Goethals, 1979). Другой половине было сказано, что ее — это вытекало из целей эксперимента — проинструктировали вести себя дружелюбно или холодно. Как повлияла это информация? Да никак. Если она держалась приветливо, они делали вывод о том, что она и на самом деле дружелюбный человек, если держалась отчужденно, ее считали несимпатичным человеком. То же самое происходит с нами, когда мы видим куклу, сидящую на коленях у чревовещателя, или киноактера, исполняющего отрицательную или положительную роль: нам трудно отделаться от мысли, что действия, предписанные сценарием, отражают внутреннюю диспозицию. Возможно, именно поэтому Леонард Нимои, исполнитель роли доктора Спока в «Звездном пути» (*Star Trek*), озаглавил свою книгу «Я — не доктор Спок».

<Люди склонны приписывать острый ум тем, кто «тестирует» знания других, например ведущим телеигры «Кто хочет стать миллионером?».>

То, что социальное давление действительно недооценивается, было доказано и в наводящем на размышления эксперименте, проведенном Ли Россом и его коллегами (Ross et al., 1977). В эксперименте были воссозданы реальные события из жизни самого Росса, произошедшие на его пути от выпускника до профессора. Устный экзамен на докторскую степень завершился для него унизительным провалом, ибо экзаменаторы, блестящие профессора, буквально учинили ему допрос по тем проблемам, в которых специализировались. Спустя полгода доктор Росс сам стал экзаменатором и получил право задавать отнюдь не простые вопросы по темам, которые были его «коньком». Студент Росса, потерпевший неудачу, позднее признался, что чувствовал то же самое, что сам Росс шестью месяцами раньше: он был отчаянии от собственного невежества, а очевидная гениальность экзаменаторов просто потрясла его.

Эксперимент, проведенный Россом при участии Терезы Эмебайл и Джулии Стейнмец, представлял собой инсценировку викторины. Студенты Стэнфордского университета вошли в состав случайных выборок: одни исполняли роли ведущих, другие — участников игры и третьи — зрителей. Исследователи предложили ведущим задавать вопросы потруднее, чтобы продемонстрировать всю свою эрудицию. Каждый из нас, опираясь на свою репутацию, способен сформулировать вопросы вроде следующих: «Где расположен остров Бэйнбридж?», «Как закончила свои дни Мария Стюарт, королева Шотландии?» или «Какой континент, Европа или Африка, имеет более протяженную береговую линию?» Если даже эти, не самые сложные вопросы, заставили вас почувствовать себя не очень образованным человеком, тогда вы в полной мере оцените результаты эксперимента. (Ответы приведены ниже).

[*Ответы на вопросы.* 1. У Тихоокеанского побережья США, их разделяет залив Пьюджет-Саунд. 2. Она была обезглавлена по приказу королевы Елизаветы. 3. Хотя Африка более чем в два раза превосходит Европу по площади, береговая линия Европы длиннее: она более извилистая и изобилует бухтами и фьордами — географический факт, благодаря которому Европа сыграла важную роль в истории морской торговли.]

Всем известно, что задающий вопросы обладает определенным преимуществом. Однако и участники игры, и зрители (не задававшие вопросов) пришли к неверному выводу: они решили, что участники игры, задававшие вопросы, на самом деле более знающие люди, чем те, кто отвечал на них (рис. 3.3). Результаты исследования, которое было проведено после викторины, показали, что подобные заблуждения вряд ли можно приписать недостаточной социальной компетентности, тем более что

умные и социально компетентные люди даже более склонны к ошибке атрибуции (Block & Funder, 1986).

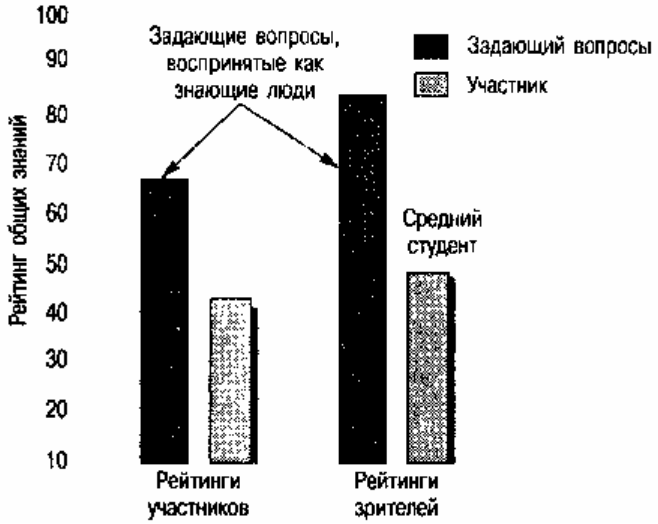


Рис. 3.3. И участники инсценированной викторины, и ее зрители сочли, что выбранный наугад ведущий — более образованный человек, чем участник игры. На самом же деле ведущий всего лишь производил впечатление более знающего человека благодаря той роли, которую исполнял. То, что участники эксперимента проходят мимо этого обстоятельства, иллюстрирует фундаментальную ошибку атрибуции

Как правило, в реальной жизни начинают и контролируют беседы люди, наделенные социальной властью, в результате чего «мелкие сошки» начинают переоценивать их знания и интеллект. Врачи, например, нередко считаются специалистами в разных областях, не имеющих никакого отношения к медицине. Точно так же и студенты часто переоценивают неординарность своих педагогов. (Преподаватели выступают в той же роли, что и ведущие в эксперименте, о котором речь шла выше: они задают вопросы по темам, которые особенно хорошо знают.) Когда же некоторые из этих студентов впоследствии сами становятся педагогами и узнают, что среди их коллег немало вполне заурядных личностей, они, как правило, очень удивляются.

Чтобы проиллюстрировать фундаментальную ошибку атрибуции, большинству из нас не надо далеко ходить: вполне достаточно обратиться к собственному опыту. Твердо решив завести новые знакомства, Бев «приклеивает» на лицо улыбку и, волнуясь, «совершает прыжок в вечеринку». Все остальные чувствуют себя вполне раскованно и, смеясь, разговаривают друг с другом. Пытаясь понять, в чем дело, Бев спрашивает себя: «Почему все чувствуют себя в компаниях так свободно, а я вечно нервничаю и смущаюсь?» В действительности же все остальные тоже нервничают и совершают аналогичную ошибку атрибуции, полагая, что Бев и другие на самом деле такие, какими кажутся со стороны, — уверенные в себе и общительные.

Атрибуции ответственности лежат в основе многих судебных решений (Fincham & Jaspars, 1980). В 1994 г. в течение недели после ареста О. Дж. Симпсона, обвиненного в убийстве бывшей жены и ее возлюбленного, группа исследователей из Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе (*UCLA*), возглавляемая Сандрой Грэхем, опрашивала жителей Лос-Анджелеса, выбранных из числа тех, кто не сомневался в виновности Симпсона. Респонденты, полагавшие, что он совершил преступление в состоянии аффекта, высказывались за относительно мягкое наказание (Graham, 1997). Те же, кто считал убийство предумышленным, требовали более сурового наказания. Дело Симпсона — пример многих юридических противоречий. Мнение прокурора: «Вы виновны, ибо у вас была возможность поступить иначе». Мнение подсудимого: «Я не виноват. Я стал жертвой ситуации». Или: «В сложившихся обстоятельствах я не сделал ничего дурного».

Почему мы совершаем ошибку атрибуции?

До сих пор мы говорили о необъективном подходе к объяснению поведения других людей, которое проявляется в том, что мы нередко игнорируем мощные ситуационные детерминанты. Однако этого не происходит, когда речь идет об интерпретации нашего собственного поведения. Почему?

Точка зрения и осознание ситуации

Различие между действующим лицом и наблюдателем. По мнению теоретиков атрибуции, мы по-разному воспринимаем собственное поведение и поведение окружающих (Jones & Nisbett, 1971; Jones, 1976). Когда мы сами действуем, нашим вниманием управляет окружающая обстановка. Когда же мы наблюдаем за действиями других людей, в центре нашего внимания оказываются именно они, эти «действующие лица», а ситуация становится относительно невидимой. Проведя аналогию с восприятием «фигура—фон», можно сказать, что совершающий то или иное действие человек — это фигура, выделяющаяся на фоне окружающей его обстановки. Поэтому он и воспринимается как причина всего происходящего. Предположив, что эта теория верна, чего мы должны ожидать, если бы у нас появилась возможность взглянуть на самих себя со стороны? Что произошло бы, если бы мы могли увидеть себя такими, какими видят нас окружающие, и если бы мы могли увидеть мир их глазами? Смогло бы это устранить или «развернуть на 180°» типичную ошибку атрибуции?

Интересно, сможете ли вы предсказать результат талантливого эксперимента, проведенного Майклом Стормзом (Storms, 1973)? Представьте себе, что вы — один из его участников. Вы сидите напротив другого студента, с которым вам предстоит беседовать в течение нескольких минут. Позади вас установлена телекамера, которая «видит» вашего собеседника точно так же, как и вы, а на вас, кроме него, «смотрят» другая телекамера и наблюдатель. Затем вы смотрите видеозапись, сделанную первой телекамерой, и вместе с наблюдателем обсуждаете вопрос о том, что больше повлияло на ваше поведение — ваши личностные качества или ситуация.

Вопрос: кто из вас — испытуемый или наблюдатель — припишет ситуации меньшую роль? По данным Стормза, — наблюдатель (что является еще одним доказательством фундаментальной тенденции атрибуции). Что произойдет, если мы предложим вам и наблюдателю посмотреть видеозапись, сделанную другой камерой, т. е. предложим вам взглянуть на самого себя, а наблюдателю — на то, что видели вы? Произойдет обратное: теперь уже наблюдатель будет говорить, что на ваше поведение больше повлияла ситуация, а вы — что ваши личностные качества. Аналогичный эффект оказывает и припоминание того, что воспринималось с позиции наблюдателя, т. е. «взгляд» на самого себя со стороны (Frank & Gilovich, 1989).

Участники эксперимента просматривали видеозапись, сделанную в полиции во время допроса подозреваемого. Если им демонстрировали то, что зафиксировала камера, снимавшая только подозреваемого в то время, как он давал показания, им казалось, что он делает это добровольно. Если же испытуемым демонстрировали то, что запечатлел оператор, снимавший детектива, им казалось, что признания подозреваемого — скорее результат оказанного на него давления (Lassiter & Irvine, 1986). Большинство видеозаписей признаний подсудимых в зале суда сделаны камерами, направленными именно на подсудимых в момент признания. По мнению Дэниела Ласситера и Кимберли Дадли, если бы подобные записи использовались прокурорами, то, как и следует ожидать, количество обвинительных приговоров достигло бы 100% (Lassiter & Dudley, 1991). Возможно, более объективной была бы видеозапись диалога подозреваемого и следователя.

Со временем точки зрения изменяются. По мере того как образ человека, которого наблюдатели видели лишь однажды, стирается из их памяти, возрастает роль, приписываемая ими ситуации. Непосредственно после того, как кто-то защищал навязанную ему позицию, людям, слышавшим это, кажется, что выступавший именно так и думает. Спустя неделю они уже более готовы к тому, чтобы приписать услышанное ситуативному принуждению (Burger, 1991). На следующий день после президентских выборов Джерри Бергер и Джули Павелич спросили у избирателей, чем, по их мнению, можно объяснить их результаты (Burger & Pavelich, 1994). Большинство приписали их личностным качеством кандидатов и их положению (принадлежность к правящей партии давала больше шансов на победу). Спустя год другие избиратели ответили на этот вопрос иначе: только треть респондентов приписали результат самим кандидатам, большинство объяснили их такими обстоятельствами, как благоприятная общая обстановка в стране и устойчивая экономика.

Размышления о результатах шести президентских выборов, прошедших в США с 1964 по 1988 г., изложенные в передовицах ряда газет, также свидетельствуют о том, что с течением времени роль «ситуационных объяснений» возрастает (Burger & Pavelich, 1994). Сразу после выборов авторы передовиц писали преимущественно о самих кандидатах и о том, как они провели избирательные кампании. Спустя два года их внимание переключилось на ситуацию. «Призрак Уотергейта... расчистил [Картеру] путь к президентству», — писала в редакционной статье газета *New York Times*.

Обстоятельства способны также изменить и нашу точку зрения на самих себя. Когда мы видим себя на телеэкране, наше внимание направлено на нас самих. То же самое происходит и тогда, когда мы смотрим на себя в зеркало, слышим свой голос, записанный на магнитофонную ленту, фотографируемся или заполняем биографический опросник: наше внимание направлено внутрь, и мы осознаем *не ситуацию, а самих себя*. Оглядываясь назад, на завершившиеся крахом отношения, которые когда-то казались такими же непотопляемыми, каким казался в свое время и «Титаник», люди способны увидеть «айсберги» (Berscheid, 1999).

Самоосознание. Результаты процесса самоосознания были изучены группой исследователей во главе с Робертом Уикландом и Шелли Дювалем (Duval & Wicklund, 1972; Wicklund, 1979; 1982). Когда наше внимание сосредоточено на нас самих, мы возлагаем на себя бо́льшую ответственность. Это экспериментально доказали Аллан Фенигштейн и Чарльз Карвер, предложившие испытуемым представить себя в гипотетических ситуациях (Fenigstein & Carver, 1978). Те испытуемые, которые думали, что слышат свое сердцебиение во время обдумывания ситуации (таким образом экспериментаторы побудили их осознавать себя), считали себя более ответственными за воображаемые последствия своего решения, чем те, кто думал, что слышал посторонний шум.

Есть люди, чье внимание в большинстве ситуаций сосредоточено на них самих. В экспериментах они (т. е. люди, которые соглашаются с такими утверждениями, как «Обычно я внимателен к тому, что происходит у меня в душе») ведут себя так же, как люди, внимание которых сосредоточено на собственном изображении в зеркале (Carver & Scheier, 1978). Например, те, чье внимание сосредоточено на самих себе — либо эпизодически, во время эксперимента, либо потому что они вообще принадлежат к категории осознающих себя индивидуумов, — видят себя преимущественно так же, как наблюдатели, т. е. со стороны: они объясняют свое поведение в первую очередь своими личностными качествами и лишь во вторую — ситуацией.

Все эти эксперименты указывают на причину ошибки атрибуции: *мы находим причины там*, где ищем их. В том, что это действительно так, вы можете убедиться и на собственном опыте. Попробуйте ответить на такой вопрос: что за человек ваш преподаватель социальной психологии, молчаливый или разговорчивый?

Сдается мне, что вы считаете его весьма общительным. Однако следует иметь в виду и такое обстоятельство: ваше внимание сосредоточено на преподавателе в тот момент, когда он действует в определенном социальном контексте, требующем от него общения. Сам же преподаватель наблюдает за своим поведением в самых разных ситуациях: в аудитории, на собраниях, дома. «Я — разговорчивый?! — удивляется он. — Все зависит от ситуации. На занятиях и в компании близких друзей я действительно общительный человек. Но на разных собраниях и в незнакомых ситуациях я чувствую и веду себя достаточно скованно». Мы отчетливо осознаем, как наше поведение меняется в зависимости от ситуации, поэтому видим себя не такими «однозначными», как нас воспринимают другие (Baxter & Goldberg, 1987; Kammer, 1982; Sande et al., 1988). «Найджел — взвинченный, Фиона — уравновешенная. А я — как когда».

Чем меньше у нас возможности наблюдать за поведением людей в разных ситуациях, тем более мы склонны объяснять их поведение личностными качествами. Этот феномен был изучен Томасом Гиловичем: он демонстрировал одним участникам эксперимента видеозапись чьих-либо действий и просил других описать их (Gilivich, 1987). Впечатления зрителей были более резкими, преувеличенными; отчасти это объясняется тем, что они во время просмотра видеозаписи обращали больше внимания на персонаж, а не на ситуацию (Baron et al., 1997). Точно так же и наши впечатления о тех, о ком нам рассказали друзья, как правило, резче, нежели впечатления из первых рук — т. е. самих друзей (Prager & Cutler, 1990).

Культурные различия. На ошибку атрибуции влияют также и культурные различия (Ickes, 1980; Watson, 1982). Западное мировоззрение предрасполагает к тому, чтобы считать причиной событий

не ситуации, а именно людей. Общество склонно одобрять те объяснения, которые основаны на личных качествах человека (Jellison & Green, 1981). «Ты можешь это сделать!» — убеждает нас популярная психология — детище позитивно мыслящей западной культуры.

Авторы этого призыва исходят из следующей предпосылки: имея правильные диспозицию и установку, любой человек способен решить едва ли не любую проблему: ты имеешь то, чего заслуживаешь, и заслуживаешь то, что имеешь. Именно поэтому мы нередко объясняем дурное поведение, наклеивая на человека определенный ярлык — «слабак», «лентяй» или «садист». Представители западной культуры с самого детства учатся объяснять поведение окружающих их личностными качествами (Rholes et al., 1990; Ross, 1981). Вот какой случай произошел с одним из моих сыновей, когда он учился в первом классе. Ему нужно было расположить слова «ворота», «за рукав», «Тома» и «зацепили» таким образом, чтобы фраза приобрела смысл. Его учитель, применив к школьному материалу установки западной культуры, признал вариант сына — «Ворота зацепили Тома за рукав» — неверным. «Правильным» бы тот вариант, который «возлагал ответственность» за случившееся на самого Тома, т. е. «Том зацепился рукавом за ворота». Фундаментальная ошибка атрибуции присуща всем изученным культурам (Krull et al., 1999). Однако выходцы из стран Восточной Азии несколько более чувствительны к роли ситуации и, как следствие, менее склонны считать поведение окружающих проявлением их личностных качеств (Choi et al., 1999; Farwell & Weiner, 2000).

{**Внимание сосредоточено на человеке.** Вы смогли бы сделать вывод о том, что ваш преподаватель по социальной психологии или преподаватель, изображенный на этой фотографии, по своей природе — общительный человек?}

Некоторые языки благоприятствуют внешней атрибуции. Например, вместо того чтобы сказать «Я опоздал», испанец может воспользоваться идиомой: «Часы явились причиной моего опоздания». Люди, воспитанные в традициях коллективистской культуры, реже воспринимают других с точки зрения персональных диспозиций (Lee et al., 1996; Lebrowitz-McAtthur, 1988) и менее склонны к спонтанной интерпретации их поведения как отражения какого-либо личностного качества (Newman, 1993). Когда речь заходит о чьих-либо поступках, от американца скорее, нежели от индуса, можно ждать диспозиционного объяснения («Она добрая»); индус же предпочтет ситуационное объяснение: «С нею были ее друзья» (Miller, 1984).

Насколько фундаментальна фундаментальная ошибка атрибуции?

Как и большинство идей, побуждающих к размышлению, предположение, что все мы подвержены к фундаментальной ошибке атрибуции, не избежало критики. Некоторые его оппоненты говорят примерно следующее: предположим, существует пристрастие атрибуции. Однако в каждой конкретной ситуации оно может «сработать» и стать причиной ошибки, а может и не «сработать», подобно тому как родители, склонные считать, что их ребенок не употребляет наркотики, могут ошибаться, а могут быть правы (Harvey et al., 1981). Мы можем быть необъективны по отношению к правде. Более того, некоторые обстоятельства повседневной жизни, например пребывание в церкви или на интервью, связанном с трудоустройством, похожи на эксперименты, о которых было рассказано выше. Очевидно, что в обоих случаях люди оказываются под давлением. «Действующие лица» осознают его лучше, чем наблюдатели, что и становится причиной ошибки атрибуции. Однако в других условиях — у себя дома, в парке — люди проявляют свою индивидуальность и могут воспринимать собственное поведение как более непринужденное, чем считают наблюдатели (Monson et Snyder, 1977; Quattrone, 1982; Robins et al., 1996). Следовательно, утверждение о том, что всегда и при всех обстоятельствах наблюдатели недооценивают влияние ситуации, — преувеличение. Именно поэтому многие социальные психологи соглашаются с Эдвардом Джоунсом и считают фундаментальную ошибку атрибуции, т. е. восприятие поведения как всегда соответствующего внутренним диспозициям, предубеждением соответствия.

Тем не менее результаты экспериментов свидетельствуют о том, что необъективность проявляется даже тогда, когда мы осведомлены о ситуационных силах, например когда мы знаем, что позиция, навязанная участнику дискуссии, — не лучшая основа для выводов о его истинных установках (Croxton & Morrow, 1984; Croxton & Miller, 1987; Reeder et al., 1987) или что задающий вопросы имеет преимущество перед участником викторины (Johnson et al., 1984). Печально сознавать, что мы с вами

осведомлены о том социальном процессе, который искажает наше мышление, и все же подвержены ему. Возможно, это происходит потому, что для оценки зависимости поведения окружающих от социальных влияний требуется больше интеллектуальных усилий, чем для его объяснения их диспозициями (Gilbert et al., 1988, 1992; Webster, 1993). Подобный поход похож на ход мыслей занятого человека: «Это не очень хорошая основа для суждения, но она проста, и к тому же у меня просто нет времени, чтобы взять в расчет что-нибудь еще».

{**Фундаментальная ошибка атрибуции.** Люди предрасположены к тому, чтобы объяснять поведение окружающих их внутренними диспозициями. Иногда подобное объяснение оказывается правильным. Среди тех, кто по выходным дням превращается в байкеров, немало и тех, кто всю неделю занимается интеллектуальным трудом}

Этот процесс адаптивен во многих отношениях (психологи вообще полагают, что даже наша предвзятость служит какой-то цели, ибо природа отбирает тех, кому она свойственна). Диспозиционная атрибуция поведения более эффективна, нежели ситуационная. Более того, наши диспозиции нередко приводят нас к выбору ситуаций, в которых мы хотим оказаться. Консервативная одежда банкиров может отражать не только требования, предъявляемые к ним профессией, но и то, что выбравший ее человек по своей природе консервативен (Gilbert & Malone, 1995). Предположив, что банкир более консервативен, чем художник, вы, скорее всего, не ошибетесь. Некоторые ситуации и на самом деле — плод наших собственных усилий. Более того, наблюдая человека в какой-то одной роли (банкира, педагога или бабушки), мы одинаково хорошо можем спрогнозировать его поведение независимо от того, чему приписываем его — исполняемой им роли или его диспозиции. Только тогда, когда мы наблюдаем за человеком в новой для него ситуации, прогнозы, основанные на диспозиции, способны ввести нас в заблуждение.

(— Как мне надоело нытье безработных! Оказывается, у нас «дефицит рабочих мест». Черт побери, сейчас всем трудно!

— Они не могут найти себе работу, потому что не желают думать и шевелиться! Вот почему они безработные!

— Кстати, а тебе самому что мешает найти работу? — Инфляционное давление на поток средней заработной платы. А почему ты спрашиваешь?)

И все же ошибка атрибуции фундаментальна, потому что она придает существенный и важный смысл нашим объяснениям. Результаты исследований, проведенных в Великобритании, Индии, Австралии и США, позволяют говорить о том, что атрибуции людей прогнозируют их отношение к беднякам и безработным (Furnham, 1982; Pandey et al., 1982; Skitka, 1999; Wagstaff, 1983; Zucker & Weiner, 1993). Люди, считающие отсутствие работы и бедность следствием личных диспозиций, склонны поддерживать политиков, не симпатизирующих своим бедным и безработным согражданам («Они ленивы и безынициативны») (рис. 3.4). Взгляды таких людей отличаются от взглядов тех, кто прибегает к внешней атрибуции («Интересно, многого бы мы с тобой добились, если бы нам пришлось жить в подобной тесноте, практически без образования и подвергаться дискриминации?»). Французские исследователи Жан-Леон Бовуа и Николь Дюбуа пишут, «что сравнительно привилегированные представители среднего класса более, нежели не столь успешные люди, склонны считать, что поведение людей объясняется их личностными качествами» (Beauvois & Dubois, 1988). (Это те, кто имеет тенденцию считать: вы имеете то, что заслуживаете.)

Рис. 3.4. То, как мы объясняем чье-то негативное поведение, зависит от того, какие чувства мы при этом переживаем

Описав негативные последствия детства, проведенного в одном из самых криминогенных регионов Америки, Джонатан Козол отметил: некоторые люди, склонные к диспозиционной атрибуции, полагают, что, изолировав от общества сравнительно небольшое число плохих людей, можно покончить с преступностью (Kozol, 1995, p. 163). Они думают, что, выкинув несколько гнилых яблок, можно спасти остальной урожай. Однако Козол сомневается в этом, «ибо немало страждущих, которые либо нуждаются в наркотиках, либо думают, что нуждаются в них, будут по-прежнему жить в невыносимых условиях... Так сколько же "сорной травы" нужно выполоть, чтобы "поле" стало чистым? Сколько юношей, а заодно и девушек, придется "вырвать" из зараженного сорняками поля, чтобы в конечном итоге получить счастливое гетто?»

<Большинство бедняков вовсе не лентяи... Они уезжают из дома чуть свет... Они воспитывают чужих детей... Они подметают улицы... Нет, нет, они совсем не ленивы. *Преподобный Джесси Джексон*, Обращение к общенациональному съезду Демократической партии, июль, 1988>

Какую пользу может принести нам осознание самого факта существования ошибки атрибуции? Однажды мне довелось помогать интервьюеру, проводившему отбор сотрудников на факультет. Одного претендента мы интервьюировали вшестером, и у каждого из нас была возможность задать ему два или три вопроса. Я ушел, думая: «Какой он зажатый, неуклюжий человек». Со вторым кандидатом мы встретились с глазу на глаз за чашкой кофе, и сразу же оказалось, что у нас есть общий близкий друг. Наша беседа продолжалась, я все больше и больше восхищался тем, какой она «сердечный, обаятельный и располагающий к себе человек». Я совершенно забыл о фундаментальной ошибке атрибуции, а когда вспомнил о ее существовании, пересмотрел результаты своего анализа. Я приписал его зажатость и ее раскованность их диспозициям и лишь с опозданием понял, что все это — результат интервьюирования в совершенно разных условиях. Если бы я видел ситуацию их глазами, о, возможно, пришел бы к другим выводам.

Зачем мы изучаем ошибки атрибуции?

Эта глава, так же как и предыдущая, посвящена объяснению некоторых слабых сторон и заблуждений нашего социального мышления. Читая их, вы можете подумать, что, «подшучивая над другими, социальные психологи оттягиваются по полной программе», как выразился один из моих студентов. В действительности же эксперименты планируются и проводятся вовсе не для того, чтобы показать, «какие дураки эти смертные» (хотя некоторые эксперименты и правда забавны); их цель — получение информации о том, как мы думаем о себе и об окружающих.

Если вы шокированы способностью человека к иллюзиям и самообману, вспомните, что наш образ мыслей преимущественно адаптивен. Иллюзорное мышление — нередко некий побочный продукт нашей мыслительной способности к упрощению сложной информации. Иллюзорное мышление «работает» параллельно с перцептивными механизмами, которые в большинстве случаев дают нам верные представления о мире, хотя иногда вводят в заблуждение.

Вторая причина пристального внимания к предубеждениям, вторгающимся в наше мышление, заключается в том, что в большинстве случаев мы даже не догадываемся о них. Я подозреваю, что вы обнаружите значительно больше сюрпризов, находок и, соответственно, получите больше пользы при анализе человеческих ошибок и предубеждений, чем при обращении к доказательствам в пользу

способности человека к логике и к интеллектуальным достижениям. С этим связан и повышенный интерес мировой литературы к гордыне и прочим человеческим порокам. Гуманитарное образование знакомит нас с недостатками, присущими нашему мышлению, в надежде на то, что мы будем более рациональны и научимся лучше взаимодействовать с окружающей действительностью.

И надежда эта оправдывается: студенты, изучающие психологию, интерпретируют поведение не столь упрощенно, как будущие специалисты в области естественных наук, равные им по интеллекту (Fletcher et al., 1986). Поэтому, памятуя о важнейшей цели — о развитии нашей способности к критическому мышлению, — давайте продолжим рассмотрение вопроса о том, как результаты новых исследований в области социального мышления способны усилить наши социальные объяснения.

Резюме

Исследователи атрибуции изучают наше объяснение поведения других людей. Когда мы объясняем поступки окружающих их личностными диспозициями, а когда — внешними обстоятельствами? Как правило, мы делаем обоснованные атрибутивные заключения. Однако, объясняя поведение разных людей, мы нередко совершаем фундаментальную ошибку атрибуции (называемую также ошибкой соответствия). Мы настолько склонны объяснять поведение окружающих их личностными качествами и установками, что недооцениваем давление ситуации даже тогда, когда оно очевидно. Если воздушный шар летит, потому что его подгоняет не видимый нами ветер, мы не допускаем мысли о том, что его движение — результат действия какой-то внутренней силы. Но люди — одушевленные существа, и поэтому, наблюдая чье-либо поведение, мы чаще всего не придаем значения «ситуационным ветрам» и «возлагаем всю ответственность» на внутренние силы.

Отчасти эта ошибка атрибуции является следствием того, что в центре нашего внимания, когда мы наблюдаем за чьим-либо поведением, оказывается человек, а ситуация становится относительно невидима. Когда же мы действуем сами, наше внимание сосредоточено на ситуации: мы реагируем на нее, и она становится более ясной. Этим и объясняется тот факт, что мы более чувствительны к влиянию ситуации на нас самих, чем на окружающих.

Конструирование интерпретаций и воспоминаний

Результаты неординарных экспериментов свидетельствуют о том, в какой мере предубеждения могут искажать наши восприятие и трактовки, а дезинформация — воспоминания.

В главе 1 отмечен существенный факт, относящийся к мышлению человека, а именно: восприятие и обработка нами информации зависят от нашего предвзятого мнения. Мы объясняем мир, глядя на него через тонированные теорией очки. Даже признавая, что предвзятое мнение влияет на социальные суждения, люди не способны понять, насколько оно велико. Рассмотрим результаты проведенных недавно экспериментов, в том числе и тех, в которых изучалось влияние предубеждений на восприятие и обработку информации, и тех, в которых суждения внедрялись в сознание испытуемых после того, как им сообщалась информация. Это делалось для того, чтобы понять, как «внедренные» постфактум идеи искажают воспоминание. Вывод, который может быть сделан из всех этих экспериментов, заключается в следующем: мы реагируем не на действительность как таковую, а на наше толкование этой действительности.

Восприятие и интерпретация событий

Влияние предубеждений и ожиданий принадлежит к тем проблемам, с которых традиционно начинается изучение психологии. Вспомните фотографию далматинца, представленную в главе 1. Или задумайтесь над фразой (перевод которой — птица в руках):

A BIRD IN THE HAND

Вы обратили внимание на то, что она «какая-то не такая»? В ней есть не только то, что можно увидеть глазами. То же самое можно сказать и о социальном восприятии. Поскольку социальное восприятие во многом зависит от зрительного восприятия очевидца, даже простой стимул может

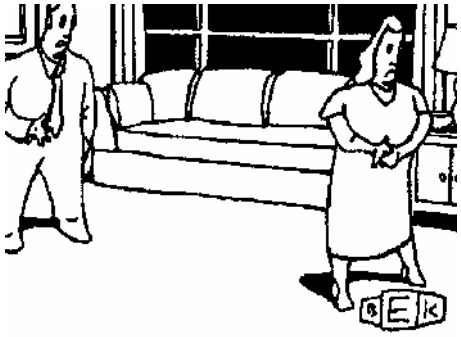
произвести на двух человек совершенно разное впечатление. Фраза «Канадец Жан Кретьен — “нормальный” премьер-министр» его горячим поклонником будет воспринята едва ли не как критика, а тем, кто критически относится к нему, — как чрезмерная похвала. В тех случаях, когда социальную информацию можно интерпретировать по-разному, предубеждения важны (Hilton & von Hippel, 1990).

О том, какую власть могут иметь над людьми предубеждения, свидетельствуют результаты эксперимента, проведенного Робертом Валлоне, Ли Россом и Марком Леппером (Vallone, Ross & Lepper, 1985). Они показали студентам — сторонникам израильтян и палестинцев — шесть фрагментов новостей разных телевизионных каналов, в которых рассказывалось об убийстве в 1982 г. гражданских лиц — обитателей двух лагерей беженцев в Ливане. Как показано на рис. 3.5, и сторонники израильтян, и сторонники палестинцев восприняли телеканалы как необъективные по отношению к тем участникам конфликта, которых они сами поддерживали. Этот феномен давно стал общим местом. Кандидаты в президенты и их сторонники едва ли не всегда считают, что средства массовой информации «льют воду на мельницу» соперника. Спортивным болельщикам кажется, что судьи более благосклонны к противоборствующей стороне. Каждая из конфликтующих сторон (муж и жена, менеджмент и профсоюз, противостоящие друг другу расовые группы) считают беспристрастных посредников необъективными по отношению к ним.

Рис. 3.5. И сторонники израильтян, и сторонники палестинцев, которые смотрели сюжеты разных каналов на тему «Резня в Бейруте», признали телеканалы необъективными по отношению к тем участникам конфликта, которых они сами поддерживали. (*Источник*: Vallone, Ross & Lepper, 1985)

<Опрос Гэллапа, проведенный в 1995 г., показал, что 78% чернокожих и только 42% белых американцев поддерживают оправдательный приговор, вынесенный О. Дж. Симпсону. Спустя более двух лет после гражданского судебного процесса 71% белых и 28% чернокожих респондентов считали обвинение в убийстве, вынесенное Симпсону, возможно или точно справедливым. *Ежемесячный опрос Гэллапа*, октябрь, 1995; Newport & Saad, 1997>

Наши общие представления о мире способны сделать так, что даже свидетельство «против» покажется свидетельством «за». Например, Росс и Леппер помогали Чарльзу при проведении опроса студентов, которых просили оценить результаты двух якобы новых исследований (Lord, Ross & Lepper, 1979). Половина респондентов высказались за высшую меру наказания, половина — против. Результаты одного «исследования» подтверждали, что студенты считают смертную казнь сдерживающим фактором, а результаты другого опровергали это. Результаты: и сторонники, и противники смертной казни с готовностью восприняли доказательства, подтверждавшие их точку зрения, но резко критиковали те результаты, которые ее опровергали. Иными словами, предъявление обеим сторонам идентичной совокупности доказательств «за» и «против» не только не сблизило их позиции, но усугубило различие между ними. В последующих экспериментах участникам предъявляли смешанную информацию с целью спровоцировать их сомнительными доказательствами, заставить их задуматься о сути проблемы и мотивировать к опровержению доказательств, противоречащих их точке зрения (Edwards & Smith, 1996; Kuhn & Lao, 1996; Munro & Ditto, 1997). Дело кончилось тем, что каждая из сторон восприняла свидетельства как поддерживающие ее мнение и лишь укрепилась в нем.



(— Разумеется, мне не все равно, что, по-твоему, я думал по поводу того, как ты воспринимала то, какими бы мне хотелось видеть твои чувства)

Можно ли сказать, что именно поэтому неоднозначная информация нередко провоцирует политические, религиозные и научные конфликты? В США теледебаты кандидатов, предшествующие президентским выборам, преимущественно усиливают мнение, сложившееся до их проведения. Во время предвыборных теледебатов в 1960, 1976 и 1980 гг. подавляющее большинство телезрителей (10:1) из числа тех, кто уже решил, за кого будет голосовать, воспринимали своего кандидата как уже одержавшего победу (Kinder & Sears, 1985). Аналогичное явление наблюдалось и в 1996 г.: после первых же дебатов сторонники обоих кандидатов стали еще активнее поддерживать их (Munro et al., 1997). Когда людям, придерживающимся противоположных взглядов, предъявляется смешанная информация, они ассимилируют ее сообразно своим взглядам и укрепляются в собственном мнении.

<Каков я сам, так я и вижу. *Ральф Уолдо Эмерсон*, Эссе>

Ученые тоже не свободны от власти предубеждений. В главе 1 мы уже говорили о том, что в науку проникают убеждения и нравственные ценности тех, кто создает ее. Философы, занимающиеся философией науки, напоминают: наши наблюдения «обременены теорией». Объективная реальность существует независимо от нас, но наблюдаем мы за ней через призму собственных убеждений, установок и нравственных ценностей. И это обстоятельство — одна из причин исключительной важности наших убеждений: они формируют нашу интерпретацию всего остального. Нередко это позволительно. Например, если у вас уже сложилось определенное мнение о журналистских стандартах некоторых таблоидов, ваше неприятие заголовков вроде «Компьютеры разговаривают с мертвецом» может быть вполне оправданным. Случаи проявления необъективности, являющейся следствием наших предубеждений, — это цена, которую мы платим за помощь, оказываемую ими в фильтровании и эффективной систематизации огромного информационного потока.

<Если у вас есть какое-либо убеждение, оно влияет на ваше восприятие релевантной информации. Если какая-то страна кажется вам враждебной, вы склонны истолковывать все ее неоднозначные действия как доказательства ее враждебности. *Роберт Джервис*, политолог, 1985>

{Сторонники кандидата или определенной трактовки того или иного события склонны считать, что средства массовой информации симпатизируют их оппонентам}

Экспериментаторы, манипулирующие предубеждениями, демонстрируют их поразительное влияние на то, как испытуемые интерпретируют и вспоминают свои наблюдения. Майрон Ротбарт и Памела Биррелл попросили студентов Университета штата Орегон оценить по фотографии выражение лица изображенного на ней мужчины (рис. 3.6). Те студенты, которым сказали, что он гестаповец, руководивший во время Второй мировой войны варварскими медицинскими опытами над узниками концентрационных лагерей, интуитивно сочли выражение его лица жестоким. (Разве вы не видите, что он едва сдерживает усмешку?) Те же, кому его представили как лидера антигитлеровского подполья, чья храбрость помогла спастись тысячам евреев, сочли, что выражение лица свидетельствует о его доброте и сердечности. (Присмотритесь повнимательней. У него участливый взгляд, и он почти улыбается.)

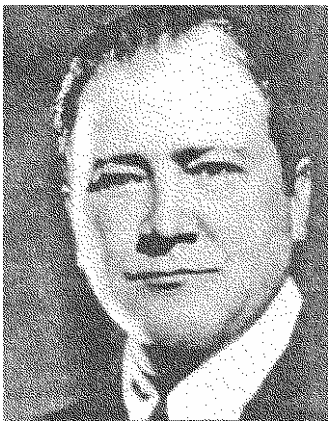


Рис. 3.6. Фото «Курта Уолдена», показанное студентам Майроном Ротбартом и Памелой Биррелл. Как вы думаете, перед вами добрый или жестокий человек?

<Ошибка, которую совершает наш глаз, направляет наш ум: то, что направляется ошибкой, должно ошибаться. *Шекспир*, Троил и Крессида, 1601-1602>

Немецкий исследователь Харальд Валлботт контролировал восприятие испытуемыми эмоций, изменяя обстановку, в которой они видели лицо. Кинематографисты называют этот феномен «эффектом Кулешова» — по имени русского кинорежиссера, который, искусно манипулируя зрительскими предположениями, направлял их умозаключения. Кулешов продемонстрировал этот феномен, создав три короткометражных фильма с участием актера, лицо которого не выражало решительно ничего, хотя перед этим зрителям показывали мертвую женщину, тарелку супа или играющую девочку. В зависимости от того, что было на экране, его лицо казалось зрителям печальным, задумчивым или радостным. Мораль: реальность существует вне нас, но наш разум активно истолковывает ее. Разные люди истолковывают ее по-разному, а потому и ведут себя тоже по-разному.

<Мы слышим и понимаем только то, что нам уже наполовину известно. *Генри Дэвид Торо*, (1817-1862)>

То, как другие воспринимают нас, тоже зависит от объяснения ими реальности. Когда мы лестно или нелестно отзываемся о ком-либо, люди склонны ассоциировать с нами те черты, за которые мы хвалим или ругаем (Mae, Carlston & Scowronski, 1999). Если мы постоянно говорим об окружающих, что они — сплетники, не исключено, что люди подсознательно начнут ассоциировать слово «сплетня» с нами самими. Назовите кого-нибудь болваном или ничтожеством, и люди в дальнейшем могут решить, что вы именно такой. Скажите про кого-нибудь, что он неравнодушный человек, умеющий любить и сочувствовать, и вы сами можете показаться более сердечным. Учитывая то, что нам известно про эффект ложного консенсуса — преувеличение представлений о том, в какой мере окружающие разделяют наши точки зрения (см. главу 2), — можно согласиться, что мы действительно склонны видеть в других то, что справедливо по отношению к нам самим. «Я — резина, а ты — клей; то, что ты говоришь, отскакивает от меня и прилипает к тебе». [В русской традиции немало аналогичных по смыслу идиом, например: «Кто так обзывается, тот сам так называется». — *Примеч. науч. ред.*] Судя по всему, этой старинной поговорке нельзя отказать в интуитивной мудрости.

Стойкость убеждений

Если ложная идея оказала негативное влияние на обработку информации, способно ли ее последующее развенчание сгладить это эффект? Представьте себе няню, которая, проведя вечер в обществе плачущего младенца, решит, что кормление из рожка вызывает у ребенка боли в животе: «Похоже, что коровье молоко годится теленку, но не годится младенцу». Если потом выяснится, что у ребенка жар, станет ли няня тем не менее упорствовать и настаивать, что кормление из рожка — причина колики (Ross & Anderson, 1982)? Чтобы ответить на этот вопрос, Ли Росс, Крейг Андерсон и их коллеги сначала внушали людям ложное представление, а затем пытались развенчать его.

Результаты их исследования свидетельствуют: после того как человек мысленно логически обоснует ложное представление, его на удивление трудно разрушить. В каждом эксперименте сначала «имплантировалось» ложное представление: исследователи либо сами объявляли его правдой, либо

подводили испытуемых к такому выводу, предоставив им возможность изучить два примера. Затем испытуемых спрашивали, почему они считают, что это правда. В конце концов экспериментаторы окончательно развенчивали исходную информацию. Они говорили испытуемым, что эта информация «была сфабрикована» специально для опытов и что половина испытуемых получила диаметрально противоположные сведения. Тем не менее около 75% испытуемых сохранили новое убеждение практически «в целости и сохранности». Полагают, это связано с тем, что они не смогли расстаться с объяснениями, которые сами придумали. Этот феномен, известный под названием **стойкость первоначальных убеждений**, доказывает, что убеждения способны жить своей собственной жизнью и пережить развенчание породивших их свидетельств.

Так, Андерсон, Леппер и Росс предлагали испытуемым изучить один или два реальных примера, а затем просили решить, хорошие или плохие пожарные получатся из людей, склонных идти на риск. Одна группа испытуемых рассматривала в качестве примера человека, склонного к риску, который вполне успешно работал пожарным, и осторожного человека, из которого получился плохой пожарный. Вторая группа испытуемых рассматривала диаметрально противоположный пример. После того как испытуемые сформулировали свою теорию относительно того, хорошие или плохие пожарные получаются из готовых идти на риск людей, они письменно объясняли, почему пришли к тому или иному выводу. Например, объяснение могло быть таким: люди, готовые идти на риск, — храбрые люди. Или таким: не склонные рисковать действуют осмотрительнее. Каждое из написанных объяснений могло продолжать свое существование независимо от информации, которая изначально сформировала убеждение. После того как экспериментаторы продемонстрировали несостоятельность этой информации, испытуемые не отказались от сформулированных ими самими объяснений и продолжали верить в то, что профессионализм пожарного *действительно* зависит (или не зависит) от его склонности к риску.

<Никто не отрицает, что люди способны изменить свои убеждения под влиянием новых фактов. Ведь перестают же дети в конце концов верить в Санта-Клауса. Мы лишь считаем, что подобные изменения, как правило, происходят очень медленно и что нередко для изменения убеждения нужны более веские доказательства, чем для его создания. *Ли Росс, Марк Леппер*, 1980>

Эти эксперименты свидетельствуют также и о том, что чем больше мы изучаем свои теории и объясняем, почему они могут быть *верны*, тем более закрытыми становимся для информации, в которой наши убеждения подвергаются сомнению. Стоит нам только решить, что обвиняемый может быть виновен, найти объяснение оскорбительному поведению незнакомца или росту цены на акции, которые мы предпочитаем, как эти объяснения становятся настолько жизнеспособными, что вполне могут устоять даже под напором свидетельств диаметрально противоположного характера (Davies, 1997; Jelalian & Miller, 1984).

Есть убедительные доказательства в пользу того, что наши убеждения и ожидания оказывают мощное влияние на «мысленное конструирование» нами различных событий. Мы извлекаем пользу из наших предубеждений так же, как ученые извлекают пользу из созданных ими теорий, которые направляют впоследствии и их наблюдения, и интерпретацию событий. Однако порой за эту выгоду приходится дорого платить: мы становимся заложниками собственного образа мыслей. Например, оказалось, что так называемые «каналы», которые часто видели на поверхности Марса, — действительно результат деятельности разумных существ, только существа эти обитают не на Марсе, а на Земле.

Есть ли какое-нибудь средство, способное «исцелить» от стойких первоначальных убеждений? Да, есть. *Объясните обратное.* Чарльз Лорд, Марк Леппер и Элизабет Престон повторили описанный выше эксперимент, в котором проводился опрос по поводу высшей меры наказания, внеся в него два дополнения (Lord, Lepper & Preston, 1984). Во-первых, они просили некоторых испытуемых оценивать доказательства «как можно более *объективно* и *непредвзято*». Этот призыв не возымел никакого действия: независимо от того, «за» или «против» высшей меры высказывались испытуемые, те, к кому обращались с ним, оценивали доказательства столь же предвзято, как и те, к кому экспериментаторы не обращались.

Проблема крупным планом. *Стойкость убеждений и дилемма Монти Холла*

Рассмотрим дилемму, названную в честь ведущего телеигры «Давайте заключим сделку» и

представляющую собой вариант двухстадийного процесса принятия решений, который включает выбор: твердо придерживаться первоначального мнения или изменить его и сделать другой ход.

«Представьте себе, что вы участвуете в телеигре и вам предстоит выбрать одну из трех дверей. За одной дверью — автомобиль, за двумя другими — козы. Вы выбираете дверь, например дверь № 1, и ведущий, знающий, что скрывается за каждой дверью, открывает другую, допустим, дверь № 3, за которой — коза. Затем он говорит вам: «Вы настаиваете на своем выборе? Или хотите, чтобы я открыл дверь № 2?» Выгодно ли вам изменять свое решение?»

Когда Крэг Ф. Уитэйкер из г. Колумбия (штат Мэриленд) задал этот вопрос Мэрилин вос Савант, обозревателю газеты Parade, она ответила: «Да, откройте дверь № 2». Этот эпизод вызвал лавину писем от телезрителей, причем 9 корреспондентов из 10 выражали несогласие с журналисткой. Один профессор математики написал: «У меня на полке — более 50 учебников по теории вероятности, и в каждом из них — верное решение проблемы и предостережение против ошибки, допущенной Мэрилин. Подобные ошибки часто совершают несведущие в математике люди».

Между тем, когда страсти улеглись, эмпирические имитации головоломки (любой читатель может сам выполнить их) и более глубокий математический анализ показали, что вос Савант была права. Давайте рассуждать. Какова вероятность того, что вы изначально выбрали правильную дверь? Один шанс из трех. Какова вероятность того, что «правильная» дверь — одна из двух других? Два шанса из трех. После того как ведущий «исключает из игры» одну из них (а это происходит всегда), вероятность того, что «правильная» дверь — это не та дверь, которую вы выбрали, — по-прежнему 2 шанса из 3.

Когда социальный психолог Дональд Гранберг привлек студентов Миссурийского университета к участию в имитации этой дилеммы, выяснилось, что только 9% отказались от своего первоначального выбора (91% участников настояли на нем) (Granberg, 1996, 1999). В Бразилии, Китае и в Швеции студенты тоже не спешили изменить свое решение в пользу более благоприятного для них варианта. Но когда изначальное решение принимал кто-то другой, а участнику эксперимента нужно было сказать, должен ли он изменить его или нет, 38% высказались за изменение. По мнению Гранберга, этот факт позволяет предположить, что ошибочная приверженность первоначальному выбору отражает не только неверную оценку людьми их шансов на успех, но и стойкость их изначальных убеждений и поведения. После того как принято какое-либо решение, сделано какое-либо финансовое вложение или сформулировано какое-либо мнение, в дело вступает когнитивная инерция, которая и поддерживает их.

<Две трети из того, что мы видим, находится не перед нашими глазами, а позади них. *Китайская пословица*>

Во-вторых, исследователи попросили третью группу испытуемых подумать над таким вопросом: стали бы они столь же высоко (или столь же низко) оценивать доказательства, если бы участвовали в аналогичном исследовании, но должны были бы обосновать обратное? Испытуемые, представившие себе подобную ситуацию, уже более объективно оценивали доказательства «за» и «против» их взглядов. На своем собственном опыте экспериментатора Крейг неоднократно убеждался: объяснение причин, по которым противоположная теория может быть верна (например, объяснение того, почему осмотрительный человек может лучше справляться с обязанностями пожарного, чем человек, склонный к риску), ослабляет убеждения или вовсе избавляет от них (Anderson, 1982; Anderson & Secher, 1986). Так оно и есть: объяснение не обязательно противоположного, а любого альтернативного варианта побуждает людей обдумывать разные возможности (Hirt & Markman, 1995).

Конструирование воспоминаний

Вы согласны со следующим утверждением:

«Память можно сравнить с находящимся в мозге сундуком, в который мы складываем разную информацию, а потом извлекаем ее по мере необходимости. Иногда из этого сундука что-нибудь пропадает, и тогда мы говорим, что мы это забыли.»

Около 85% студентов колледжа согласны с ним (Lamal, 1979). Как написал в 1988 г. журнал *Psychology Today*, «наука доказала, что накопленный жизненный опыт прекрасно сохраняется в вашем

сознании».

На самом же деле исследования, выполненные психологами, доказали, что это совсем не так. Многие воспоминания не являются копиями реальных событий, «отданными на хранение» в банк памяти. Правильнее говорить о том, что мы конструируем воспоминания в тот момент, когда извлекаем их, ибо память включает и аргументацию, обращенную в прошлое. Используя то, что мы сегодня знаем, или то, во что верим, память делает выводы о том, что должно было бы быть. Мы похожи на палеонтолога, который по фрагментам костей реконструирует облик динозавра: используя фрагменты информации и наши нынешние чувства и ожидания, мы реконструируем свое далекое прошлое (Hirt, 1990; Ross & Buehler, 1994). Таким образом, мы можем легко пересмотреть (хотя и на уровне подсознания) свои воспоминания таким образом, чтобы они соответствовали нашим нынешним знаниям. Когда один из моих сыновей посетовал, что не вышел из печати июньский номер журнала *Cricket*, а потом ему показали, где журнал лежит, он сказал: «Здорово! Я же знал, что получил его!»

{В отличие от фотографий воспоминания, извлеченные из банка памяти, реконструируются}

<Нельзя сказать, что память похожа на чтение книги. Она скорее похожа на написание книги по разрозненным заметкам. *Джон Ф. Кильстрем*, 1994>

Когда экспериментатор или психотерапевт начинают манипулировать с представлениями людей об их прошлом, многие конструируют ложные воспоминания. Попросите кого-нибудь живо представить себе эпизод из детства (бежал, споткнулся, упал и разбил рукой окно) или как он опрокинул чашу с пуншем на свадьбе, и вы увидите, что около 25% из тех, к кому вы обратились с подобной просьбой, потом станут вспоминать эти вымышленные события как реальные (Garry et al., 1996; Hyman et al., 1995, 1996; Loftus & Pickrell, 1995). Человеческий разум занят поисками истины, но это не мешает ему иногда создавать ложь.

Реконструкция прошлых установок

Как вы относились 5 лет назад к атомной энергии? К президенту Клинтону или к премьер-министрам — Жану Кретьену или Тони Блэру? К своим родителям? Если с тех пор ваши установки изменились, известно ли вам — насколько?

Экспериментаторы попытались ответить на подобные вопросы и получили обескураживающие результаты. Люди, установки которых изменились, нередко настаивают на том, что они практически всегда были именно такими. Дарил Бем и Кейт Мак-Коннелл провели опрос среди студентов Университета Карнеги-Меллона (Bem & McConnell, 1970). Среди вопросов, которые они задавали, в неявном виде присутствовал и вопрос о том, насколько студенты контролируют университетскую учебную программу. Спустя неделю студенты согласились написать эссе о том, почему они против студенческого контроля. После этого их отношение к студенческому контролю стало значительно более негативным. Когда их попросили припомнить, как они отвечали на вопрос о контроле до написания эссе, они «вспомнили», что и тогда придерживались точно такого же мнения, как и *сейчас*, и не согласились с тем, что эксперимент повлиял на них. Когда же оказалось, что и студенты Университета Кларка точно так же отказываются от своих прежних установок, исследователи Д. Р. Уиксон и Джеймс Лэрд были потрясены «скоростью, размахом и решительностью», с которыми студенты пересматривают собственное прошлое (Wixon & Laird, 1976).

<Человек никогда не должен стыдиться признаваться в своих ошибках, ибо, признаваясь в них, он признается в том, что сегодня он мудрее, чем был вчера. *Джонатан Свифт*, Мысли о разном, 1711>

В 1973 г. исследователи из Мичиганского университета проинтервьюировали старшеклассников средних школ (национальная выборка), а затем повторно опросили их в 1982 г. (Markus, 1986). Оказалось, что отношение респондентов к таким проблемам, как помощь меньшинствам, легализация марихуаны и равноправие женщин, спустя 9 лет (в 1982 г.) отличалось от их отношения к ним в 1973 г. значительно больше, чем казалось им самим, когда они вспоминали свои первые ответы. Жорж Вайан, наблюдавший за несколькими взрослыми в течение определенного периода, написал: «Ничего удивительного: гусеницы превращаются в бабочек и потом убеждают всех, что они и в юности были маленькими бабочками. Все мы с возрастом становимся лжецами» (Vaillant, 1977, p. 197).

Действительно, конструирование позитивных воспоминаний делает наши размышления более радостными. Теренс Митчелл, Лей Томпсон и их коллеги пишут о том, что люди нередко видят

прошлое в *розовом свете*: радостные события кажутся им сегодня более радостными, чем казались в свое время (Mitchell & Leigh Thompson, 1994, 1997). Студенты колледжа, совершившие трехнедельное путешествие на велосипедах; пожилые люди, путешествующие в сопровождении гида по Австрии, и студенты-выпускники на каникулах — все были довольны тем, как проводили время. Но впоследствии, *вспоминая* об этих событиях, они говорили о них как о еще более радостных: они практически не упоминали о том, что им не нравилось или раздражало, и подчеркивали только самое хорошее. То непродолжительное и приятное время, которое я прожил в Шотландии, сейчас, когда я вернулся в свой офис и снова разрываюсь между разными делами, кажется мне настоящим блаженством. Любой позитивный опыт — это сочетание удовольствий, связанных с ожиданием события, с самим событием и с возможностью видеть его потом в розовом свете.

<Восхищаться можно лишь тем путешествием, которое осталось в прошлом. *Поль Теру*, The Observer>

Согласно данным Кэти Мак-Фарланд и Майкла Росса, по мере того как наши отношения с разными людьми изменяются, мы также пересматриваем и наши воспоминания об этих людях (McFarland & Ross, 1985). Исследователи попросили студентов университета оценить своих партнеров и партнерш, с которыми они постоянно встречались. Спустя два месяца процедуру повторили. Те респонденты, чье чувство за это время стало сильнее, были склонны считать, что влюбились с первого взгляда. Те же, кто расстался со своими партнерами, чаще вспоминали о том, что уже давно распознали в них эгоистов с плохими характерами.

С таким же феноменом столкнулись и Диана Холмберг и Джон Холмс, опросившие 373 пары молодоженов (Holmberg & Holmes, 1994). Большинство их респондентов говорили, что очень счастливы. Во время повторного опроса, который проводился спустя два года, те из них, чей брак сложился неудачно, вспоминали, что с самого начала в их жизни не было ничего хорошего. По словам исследователей, результаты оказались «пугающими»: «Подобные предубеждения способны привести к опасному скатыванию по наклонной плоскости. Чем хуже ваша текущая оценка партнера, тем хуже ваши воспоминания о том, что с ним связано, а это значит, что ваши негативные установки будут и дальше “набирать силу”».

<Тщеславие способно сыграть жестокую шутку с нашей памятью. *Джозеф Конрад*, писатель (1857-1924)>

Дело не в том, что мы совершенно не осознаем, какие именно чувства испытывали в прошлом, а в том, что если воспоминания не очень отчетливы, ими начинают управлять наши нынешние чувства. Все родители сокрушаются по поводу нравственных ценностей своих детей. Отчасти это происходит потому, что они ошибочно полагают, будто разница между их собственными юношескими и нынешними ценностями значительно меньше, чем есть на самом деле.

Реконструкция прошлого поведения

Когда мы обращаемся к воспоминаниям, у нас появляется возможность пересмотреть наше собственное прошлое. Майкл Росс, Кэти Мак-Фарланд и Гарт Флетчер рассказали некоторым студентам Университета Ватерлоо о том, насколько желательно чистить зубы (Ross, McFarland & Fletcher, 1981). Позднее, в ходе «другого» эксперимента эти студенты вспоминали, что за последние две недели чистили зубы чаще, чем те, кто не слышал сообщения экспериментаторов.

Можно привести и другие примеры.

— Когда репрезентативную выборку американцев расспросили про курение и экстраполировали полученные данные на всю нацию, оказалось, что как минимум 200 миллиардов сигарет из 600 миллиардов, ежегодно продаваемых в стране, остались «невостребованными» (Hall, 1985).

— Когда Бюро переписи населения США (Census Bureau, 1993) провело опрос общественного мнения, оказалось, что о своем участии в недавних президентских выборах сообщили 61% респондентов, хотя проголосовали только 55% взрослых американцев.

— Многие считают свои привычки менее вредными, чем привычки их друзей и знакомых. Если таким людям сообщается информация о том, как часто их приятели излишне много выпивают, едят слишком жирную пищу и т. д., они начинают вспоминать и сообщают, что позволяют себе подобные «вольности» реже (Klein & Kunda, 1993).

По мнению социального психолога Энтони Гринвалда, эти данные сродни явлению, о котором пишет Джордж Оруэлл в романе «1984»: «Необходимо помнить, что все события происходили так, как было нужно» (Greenwald, 1980). Гринвалд считает, что все мы — обладатели «тоталитарного эго», которое проводит ревизию прошлого таким образом, чтобы оно соответствовало нашим современным взглядам.

Иногда наша нынешняя точка зрения — лишь усовершенствованная прежняя; в этом случае мы можем ошибаться, вспоминая прошлое как более отличное, чем есть на самом деле, от настоящего. Эта тенденция объясняет следующие результаты, которые неразрывно связаны между собой и приводят исследователей в замешательство: участники психотерапевтических программ, программ, направленных на борьбу с избыточным весом и курением, и спортивно-оздоровительных программ в среднем добиваются очень скромных результатов. Однако они часто утверждают, что участие в программе принесло им большую пользу (Myers, 2001). По мнению Майкла Конвея и Майкла Росса, это происходит потому, что люди, потратившие немало усилий, времени и денег на самосовершенствование, вполне могут рассуждать примерно так: «Возможно, я и сейчас далек от совершенства, но раньше я был еще хуже. Значит, программа принесла мне очень большую пользу» (Conway & Ross, 1985, 1986).

Реконструкция нашего опыта

Проведя эксперименты, в которых приняли участие более 20 000 человек, Элизабет Лофтус выявила следующую тенденцию: мы склонны конструировать воспоминания с большой уверенностью, но порой с недостаточной точностью. Стандартный эксперимент проводился следующим образом: испытуемые наблюдают за событием, получают ложную информацию о нем (или не получают ее), а затем тестируется их память. *Эффект дезинформации* проявляется из опыта в опыт. Испытуемые включают дезинформацию в свои воспоминания: они вспоминают знак «уступи дорогу» как знак «стоп»; молотки как отвертки; журнал *Vogue* как журнал *Mademoiselle*; доктора Хендерсона как «доктора Дэвидсона»; кашу, поданную на завтрак, как яйца; а гладко выбритого мужчину как парня с усами (Loftus et al., 1989). Лофтус полагает, что внушенная дезинформация может даже порождать ложные воспоминания о якобы имевшем место сексуальном насилии над ребенком (Loftus, 1993).

Отложите книгу и вспомните какой-нибудь эпизод из дорогого вам прошлого, а потом продолжите чтение этого раздела. Вы видите себя в этом эпизоде? Если да, значит, ваше воспоминание — это реконструкция, потому что в действительности вы себя не видели.

Этот процесс влияет на наши воспоминания и о социальных, и о физических событиях. Джек Крокстон и его коллеги попросили студентов побеседовать с кем-нибудь в течение 15 минут (Croxton et al., 1984). Те из них, которым потом сказали, что они понравились своим собеседникам, вспоминали поведение последних как раскованное, непринужденное и дружелюбное. Те же, кому было сказано, что они не понравились своим собеседникам, сказали, что те нервничали, суетились и казались недовольными.

Чтобы понять, почему это происходит, представьте себе, что наши воспоминания опутаны ассоциациями и хранятся именно в такой «паутине». Когда мы хотим извлечь что-либо из своей памяти, нам нужно «дернуть» за одну из нитей, ведущих к этому эпизоду. Этот процесс назвали **прайминг** (Bower, 1986). Именно прайминг философ и психолог Уильям Джеймс описал как «пробуждение ассоциаций».

Мы можем даже не осознавать того, что затрагиваем, пробуждаем наши ассоциации (т. е. что имеет место прайминг). Когда человек, находясь дома один, смотрит по телевизору триллер, его мышление может быть «приведено в действие» помимо его воли за счет активации пугающих воспоминаний, и потрескивание дров в печи покажется ему звуком шагов взломщика. Для многих студентов, изучающих психологию, чтение литературы о психических аномалиях становится толчком к интерпретации собственной тревожности и мрачного настроения. В экспериментах идеи, «внедренные» в сознание испытуемых, играют роль предубеждений: они автоматически — непреднамеренно, без осознания самими испытуемыми и без всяких усилий с их стороны — определяют то, как испытуемые интерпретируют и вспоминают события (Bargh & Chartrand, 1999). Прочитав такие слова, как «рискованный» и «уверенный в себе», люди позднее и в другом контексте сформируют позитивные

впечатления о воображаемом альпинисте или покорителе Атлантики. Если же толчком к их размышлениям послужит такое негативное слово, как «безрассудный», их впечатления будут менее благоприятными (Higgins et al., 1977)

Резюме

Наши предубеждения оказывают сильное влияние на то, как мы интерпретируем и запоминаем события. В экспериментах предубеждения испытуемых поразительно влияют на восприятие и интерпретацию ими информации. Некоторые экспериментаторы внедряли в сознание испытуемых суждения или ложные идеи после того, как сообщали им информацию. Результаты этих исследований свидетельствуют о том, что суждения, следующие за фактом, искажают наши воспоминания точно так же, как суждения, предшествующие им, искажают наше восприятие.

В Модуле А рассказывается о том, что ни у психиатров, ни у клинических психологов нет иммунитета против этих свойственных людям тенденций. Мы замечаем все избирательно, интерпретируем и запоминаем события таким образом, чтобы поддержать наши идеи. Наши социальные суждения — это смесь наблюдений и ожиданий, рационального и эмоционального.

Как мы судим об окружающих

Как уже отмечалось выше, наши когнитивные механизмы не безошибочны, хотя эффективны и адаптивны. В большинстве случаев они служат нам вполне исправно, однако иногда врачи неверно судят о своих пациентах, работодатели — о тех, кто работает на них, представители одной расы — о тех, кто принадлежит к другой, а супруги — друг о друге. Результатом становятся неверные диагнозы, производственные конфликты, предрассудки и разводы. Итак, каким образом формируются наши интуитивные социальные суждения об окружающих и насколько они верны?

Когда историки будут описывать первые 100 лет существования социальной психологии, они, без сомнения, назовут последнее тридцатилетие эрой социального когнитивизма. Призвав на помощь достижения когнитивной психологии, изучающей восприятие, репрезентацию и запоминание человеком разных событий, социальные психологи смогли, наконец, пролить долгожданный свет на формирование суждений. Давайте же посмотрим, что они узнали о выдающихся достоинствах нашей социальной интуиции и о тех ошибках, которые она совершает.

Мышление на подсознательном уровне

Что такое сила интуиции — мгновенное понимание чего-либо без рассуждений и анализа? Сторонники «интуитивного управления» полагают, что нам следует настраиваться на свои предчувствия. Формируя суждения об окружающих, говорят они, мы должны «прислушаться к нелогичным доводам» правого полушария головного мозга. Нанимая кого-либо на работу, увольняя с работы или инвестируя капитал, человек должен прислушиваться к своему внутреннему голосу. Когда мы судим об окружающих, нам надо следовать примеру Люка Скайуокера, героя кинофильма «Звездные войны»: отключать наши системы, управляемые компьютером, и полагаться на внутреннюю силу.

Правы ли интуиционисты, утверждая, что важная информация становится доступной нам немедленно и без сознательного анализа? Или правы скептики, которые говорят, что интуиция — это «убежденность в собственной правоте, независимо от того, правы мы или нет».

Результаты изучения прайминга позволяют говорить о том, что подсознательное действительно может быть «когнитивным монстром», контролирующим большую часть наших поступков. «Повседневная жизнь человека обусловлена преимущественно не его осознанными намерениями и сознательным выбором, а психическими процессами, которые приводятся в движение характерными признаками обстановки и действуют вне сознательной осведомленности, не подчиняясь осознанному руководству» (Bargh & Chartrand, 1999). Например, после восприятия на подсознательном уровне изображения щенка испытуемые быстрее, чем после восприятия на подсознательном уровне

изображения таракана, осознают, что слово «прекрасный» — хорошее (Giner-Sorola et al., 1999). В повседневной жизни подобный прайминг происходит постоянно. Когда зажигается красный свет, мы реагируем на него и тормозим раньше, чем сознательно решаем это сделать. «Чтобы быть в состоянии делать что-либо (например, водить машину, ходить на свидания, танцевать), необходимо отделение инициирования действия от неэффективной (т. е. медленной, последовательной и потребляющей много ресурсов) работы сознания; в противном случае неизбежно будет превалировать бездействие» (Macrae & Johnston, 1998).

Сила подсознательного

«У сердца есть свои резоны, неведомые разуму». Эти слова принадлежат философу и математику Блезу Паскалю, жившему в XVII в. Прошло три столетия, и ученые доказали его правоту. Наши знания не исчерпываются тем, о чем нам известно, что мы это знаем: знаем мы больше. Изучение бессознательной обработки информации человеком подтверждает ограниченность нашего доступа к тому, что происходит в наших умах (Bargh, 1994; Greenwald & Banaji, 1995). Наше мышление — отчасти контролируемое (преднамеренное и осознанное) и — в значительно большей степени, чем большинство из нас думает, — отчасти автоматическое (не требующее усилий и неосознанное). Автоматическое мышление имеет место не «на экране», а «за кадром», «вне зоны видимости», там, куда разуму хода нет.

Вспомните, что было рассказано в главе 2 о двойственности наших установок, о том, что порой они бывают имплицитными (автоматическими, привычными), а порой — эксплицитными (осознанными, вербализованными).

Рассмотрим следующие факты.

— *Схемы* — шаблоны сознания — автоматически, интуитивно руководят нашим восприятием и интерпретацией нашего опыта. Слышим ли мы, что кто-то говорит о религиозных сектах или о сексе, зависит не только от того, насколько четко было произнесено слово, но и от того, как мы автоматически интерпретировали этот звук.

— *Эмоциональные реакции* нередко наступают едва ли не мгновенно, и у нас не всегда хватает времени на неторопливое обдумывание. Раньше чем у коры головного мозга появится какой-либо шанс вмешаться в происходящее, нейроны передадут визуальную или аудиальную информацию в гипоталамус, играющий роль сенсорной приборной доски мозга, и далее — в его центр эмоционального контроля (в миндалевидное тело) (LeDoux, 1994, 1996).

Такие простые эмоции, как симпатия, антипатия или страх, как правило, практически не требуют анализа. Хотя наши интуитивные реакции порой и игнорируют логику, они все же могут быть адаптивными. Наши предки интуитивно настораживались, когда слышали в лесу какой-нибудь звук, и нередко пугались напрасно, но у них было больше шансов выжить и передать свои гены нам, чем у их более рассудительных «двоюродных братьев».

— Имея достаточный *опыт*, люди могут решать ту или иную проблему интуитивно. Ключевая информация о ситуации хранится в их памяти. Точно не зная, как это у нас получается, мы узнаем голос друга, стоит ему произнести по телефону первое слово. Опытные шахматисты интуитивно распознают значимые комбинации, мимо которых проходят новички.

— Некоторые вещи — факты, имена и предшествующий опыт — мы помним *эксплицитно* (на сознательном уровне). Но другие — навыки и обусловленные диспозиции — мы помним *имплицитно*, не имея сознательного знания и не декларируя его. Сказанное справедливо для всех людей, но наиболее ярко этот феномен проявляется у людей, перенесших мозговую травму и утративших возможность формировать новые эксплицитные воспоминания. Научившись решать головоломку или играть в гольф, они будут отрицать, что когда-то уже занимались этим. Однако (к их собственному удивлению) они действуют, как натренированные люди.

— Не менее драматичны и случаи *скотомы*. Скотомы — это слепые пятна, возникающие в поле зрения людей, утративших часть зрительной коры вследствие инсульта или хирургического вмешательства. Если демонстрируемые им палочки попадают именно на эти слепые пятна поля зрения, они говорят, что ничего не видят. Когда же такие испытуемые правильно отвечают на вопрос, вертикальные или горизонтальные палочки им были показаны, они удивляются. Можно только

повторить то, что уже было нами сказано: эти люди тоже недооценивают свои знания. Складывается такое впечатление, что существуют некие «маленькие мозги» — структуры, остающиеся невидимыми и обрабатывающие информацию параллельно и невидимо.

— *Прозопагнозия* — болезнь, которой страдают люди, перенесшие травму участка головного мозга, участвующего в обработке информации, связанной с распознаванием лиц. Они осознают, что перед ними — знакомые люди, но не в состоянии узнать в них своих супругов или детей. Тем не менее, когда таким больным показывают фотографии их близких, они не остаются безучастными, а «узнают их сердцем»: учащенное сердцебиение свидетельствует о неосознанном узнавании.

— В связи с этим подумайте о своей собственной способности интуитивно узнавать лица, которую вы принимаете как должное. Когда вы смотрите на фотографию, ваш мозг разлагает визуальную информацию на такие компоненты, как цвет, глубина, движение и форма, и, прежде чем вновь собрать их воедино, «работает» над каждым из них отдельно. В конце концов, так или иначе, ваш мозг сравнивает воспринятый образ с теми изображениями, которые хранились в нем с прежних времен. Есть! Мгновенно и без усилий вы узнаете свою бабушку. Если интуиция — это немедленное знание чего-либо без логического анализа, то восприятие — это интуиция высокого класса.

— Хотя подсознательные стимулы и лежат ниже порога сознательного восприятия, они все же способны оказывать интригующее воздействие. Когда определенные геометрические фигуры предъявляются испытуемым менее чем на 0,01 с, они утверждают, что не видели ничего, кроме вспышки света. Тем не менее позднее они продемонстрируют предпочтение тем фигурам, которые видели. Иногда мы интуитивно чувствуем что-то, но объяснить это не можем. Точно так же промелькнувшие слова, которые испытуемые не успели прочесть, могут сыграть роль «затравок», когда им в дальнейшем придется отвечать на вопросы. Даже в том случае, когда слово «хлеб» промелькнуло слишком быстро для того, чтобы его можно было распознать, потом нам может быть легче распознать другое промелькнувшее слово, если оно будет связано с ним (например, «масло»), чем если оно не будет с ним связано (например, «бутылка»).

Итак, можно повторить, что многие рутинные когнитивные процессы протекают автоматически, интуитивно и неосознанно. Наше сознание функционирует как большая корпорация. Генеральный директор этой корпорации — наше контролируемое сознание — занимается лишь самыми важными делами или новациями, поручая исполнение рутинных обязанностей своим подчиненным. Подобное распределение ресурсов позволяет нам быстро, эффективно и интуитивно реагировать на многие ситуации.

Пределы интуиции

Хотя исследователи и утверждают, что подсознательная обработка информации способна привести к вспышкам интуиции, они все же сомневаются в ее безупречности. «Все согласны с тем, что подсознательное, возможно, не так совершенно, как принято считать», — говоря так, Элизабет Лофтус и Марк Клинджер выражают поддержку современных ученых, изучающих когнитивные процессы. Например, хотя подсознательная стимуляция и способна привести к слабой, скоротечной реакции, достаточной для того, чтобы вызвать если не осознание, то хотя бы чувство, нет доказательств того, что рекламные видеоклипы, предназначенные для воздействия на уровне подсознания, могут «перепрограммировать ваш подсознательный разум». (Сейчас уже получено немало новых свидетельств в пользу того, что сделать это невозможно (Greenwald, 1992).)

Социальные психологи исследовали наши предрасположенные к ошибкам суждения, основанные на хиндсайте (интуитивном ощущении, возникающем после того, как событие свершилось, которое можно выразить словами «Так я и знал!»). Специалисты, работающие в других областях психологической науки, изучили нашу способность к иллюзиям — ошибочные перцептивные интерпретации, фантазии и сконструированные убеждения. Известно, что пациенты, перенесшие операцию, в результате которой были разделены полушария головного мозга, могут мгновенно придумывать объяснения собственным непонятным поступкам и верить в эти объяснения (Gazzaniga, 1992). Если экспериментатор даст невербальному правому полушарию пациента команду «Идите!», пациент встанет и сделает несколько шагов, а его вербальное левое полушарие сразу же предложит правдоподобное объяснение («У меня было такое чувство, будто я выпил»).

Иллюзорное мышление упоминается и в многочисленных свежих публикациях о том, как мы воспринимаем, сохраняем и вспоминаем *социальную* информацию. Подобно тому как исследователи восприятия изучают зрительные иллюзии ради той информации о нормальных перцептивных механизмах, которую можно получить при этом, социальные психологи изучают иллюзорное мышление для того, чтобы извлечь ту информацию о нормальном мышлении, которую могут дать подобные исследования. Эти исследователи хотят дать нам карту повседневного социального мышления с четко обозначенными опасностями.

Когда мы изучаем некоторые из этих моделей эффективного мышления, помните следующее: демонстрация того, как люди создают ложные убеждения, не доказывает лживости всех убеждений. Тем не менее нелишне знать, откуда берется фальшь, чтобы можно было распознавать ее. Итак, давайте посмотрим, как эффективная обработка информации может «сбиться с пути», и начнем с самопознания.

Суждения и излишняя самоуверенность

Мы уже знаем, что наши когнитивные системы эффективно и автоматически обрабатывают огромное количество информации. Однако наша адаптивная эффективность способна на компромиссы: когда мы интерпретируем собственный опыт и конструируем воспоминания, наша автоматическая интуиция нередко ошибается. Обычно мы даже не осознаем своих ошибок. «Интеллектуальное самомнение», проявляющееся в суждениях о прошлых знаниях (феномен «Так я и знал!»), распространяется и на оценки текущего знания, и на прогнозирование будущего поведения. Хотя мы и знаем, что в прошлом допускали ошибки, наши ожидания, связанные с будущим, — со своевременным выполнением работы, с поддержанием тех или иных отношений или с регулярными занятиями спортом, — преимущественно более позитивны (Ross & Newby-Clark, 1998). Истолковывая свое прошлое и будущее, мы истолковываем разные Я.

<Люди достаточно хороши, чтобы прожить жизнь, но недостаточно хороши, чтобы их ошибки стали предсказуемы и логичны. *Барух Фишхофф*, 1981>

Чтобы изучить этот **феномен чрезмерной самоуверенности**, Дэниел Канеман и Эймос Тверски просили испытуемых письменно подтвердить свое согласие с утверждениями, в которых отражены конкретные факты, например: «Я на 98% уверен в том, что протяженность воздушной трассы между Нью-Дели и Пекином более ... миль, но менее ... миль» (Kahneman & Tversky, 1979). Большинство испытуемых проявили излишнюю самоуверенность: примерно в 30% случаев правильный ответ лежал вне интервала, относительно которого они были уверены на 98%. (Протяженность воздушной трассы между Нью-Дели и Пекином — 2500 миль.)

Чтобы выяснить, распространяется ли чрезмерная самоуверенность и на социальные суждения, Дэвид Даннинг и его помощники разработали следующий сценарий (Dunning et al., 1990). Они попросили студентов Стэнфордского университета высказать предположение о том, как незнакомый им человек ответит на ряд вопросов, в том числе и на такие: «Как бы вы предпочли готовиться к трудному экзамену — в одиночестве или вместе с товарищами?» и «Как бы вы оценили свои конспекты лекций — как небрежные или как аккуратные?» Располагая информацией о типе вопросов, но не зная, о чем конкретно им придется спрашивать, испытуемые сначала интервьюировали своих будущих респондентов, расспрашивая их об уровне образования, увлечениях, академических интересах, стремлениях и о том, кто они по знаку Зодиака, т. е. обо всем, что, по их мнению, могло им пригодиться. Затем, пока испытуемые-респонденты отвечали письменно на 20 вопросов, выбирая один из двух предложенных альтернативных вариантов ответа, испытуемые-интервьюеры прогнозировали ответы своих респондентов и оценивали уровень своей уверенности в собственных прогнозах.

В 63% случаев прогнозы интервьюеров оправдались, т. е. вероятность была превышена на 13%. Однако в среднем они *были уверены* в своих прогнозах на 75%. Прогнозируя ответы своих соседей по комнате в общежитии, они были уверены на 78% и оказались правы в 68% случаев. Но это еще не все: наиболее уверенные в себе испытуемые были более склонны к *излишней* самоуверенности. Исследования выявили незначительную положительную корреляцию между самоуверенностью и точностью распознавания того, говорит ли собеседник правду или лжет (DePaulo et al., 1997). В том, что касается оценки сексуального опыта своего возлюбленного или любимых занятий соседей по комнате в общежитии, люди тоже проявляют явно излишнюю самонадеянность (Swann & Gill, 1997).

(— Каллер, вы подняли интересный вопрос о важности компетентности.

— Образованный человек отличается от необразованного тем, что понимает, как мало он знает. Это давно стало трюизмом. Поэтому среди умных людей много неуверенных в себе.

— То же можно сказать и о компетентности вообще. Некомпетентные люди не осознают ущербности.

— Мне кажется, это также справедливо по отношению к эмоциональной и социальной компетентности.

— Я заметил, что поглощенные собой и невоспитанные люди не замечают, что они именно такие. Это их отличительная особенность.

— Каллер, вы следите за ходом моих мыслей? — Нет. Нельзя ли вернуться к моему вопросу?)

Ирония заключается в том, что чем меньше человек знает, тем он более самонадеян. По мнению Джастина Крюгера и Дэвида Даннинга, «чтобы понять, что такое компетентность, нужно быть компетентным» (Kruger & Dunning, 1999). Студенты, получившие самые низкие баллы в ходе тестирования знаний грамматики, логики и чувства юмора, более других склонны переоценивать свою одаренность именно в этих областях. Люди, не ведающие, что такое хорошая логика или хорошее знание грамматики, часто даже не догадываются о том, что им не хватает их. Если правда, что невежество способно порождать самоуверенность, тогда мы вправе спросить: в чем же именно проявляется наше невежество, о котором мы не подозреваем?

В главе 2 мы отмечали, что люди очень неточно оценивают свои долгосрочные эмоциональные реакции на хорошие и плохие события. Но лучше ли они прогнозируют собственное поведение? Чтобы ответить на этот вопрос, Роберт Валлон и его коллеги попросили студентов предсказать в сентябре, продолжат ли они обучение, выберут ли предмет, в котором будут специализироваться, останутся ли жить в кампусе в будущем году и т. д. (Vallone et al., 1990). Хотя в среднем студенты были на 84% уверены в своих прогнозах относительно самих себя, почти половина их оказалась неверной. Более того, они ошиблись в 15% тех прогнозов, в которых были уверены на 100%.

Оценивая свои шансы на успех в таком деле, как, например, экзамен по профилирующей дисциплине, люди выражают наибольшую уверенность в благополучном исходе дела тогда, когда до наступления «момента истины» остается достаточно много времени. По мере приближения дня экзамена возможность провала приобретает вполне зримые очертания и самоуверенность, как правило, идет на убыль (Gilovich et al., 1993).

Роджер Бьюлер и его коллеги пишут о том, что большинство студентов самонадеянно недооценивают и то, как много времени им понадобится для выполнения письменных работ и прочих заданий по основному предмету (Buehler et al., 1994). Они не одиноки.

— Проектировщики постоянно занижают стоимость проектов и не укладываются в намеченные сроки. В 1969 г. мэр Монреаля Жан Драпо с гордостью сообщил о том, что к Олимпийским играм 1976 г. в городе будет построен стадион с раздвигающейся крышей и что стоимость этого проекта — $120 миллионов. Этих денег хватило лишь на сооружение крыши, которое было завершено в 1989 г.

— Специалисты по инвестициям рекламируют свои услуги, самонадеянно полагая, что им

удастся сбить индекс курсов акций на фондовой бирже. При этом они забывают, что при данной стоимости акций на каждого биржевого маклера или покупателя, который говорит: «Продаю!» — всегда найдется тот, кто скажет: «Покупаю!» Стоимость акций отражает баланс между этими самонадеянными суждениями. Как бы это ни было невероятно, экономист Бертон Малкил (Malkiel, 1999) сообщает, что портфель ценных бумаг, набранный аналитиками по инвестициям, оказался ничуть не лучше того, который был набран наугад.

<Мудрецы слишком хорошо осознают свои слабости, чтобы считать себя непогрешимыми; а тот, кто знает больше всех, лучше других понимает, насколько мало он знает. *Томас Джефферсон*, Сочинения>

— Редакторы, оценивая присланные авторами рукописи, тоже совершают поразительные ошибки. Писатель Чак Росс (Chuck Ross, 1979), воспользовавшись псевдонимом, отправил по почте в 28 крупнейших издательств и литературных агентств отпечатанный на машинке роман Ежи Косински «Ступени». Роман был отвергнут всеми, включая и издательство *Random House*, которое опубликовало его в 1968 г., после чего автор получил Национальную литературную премию и было продано более 400 000 экземпляров. Издательство *Houghton Mufflin*, издавшее три романа Косински, едва не приняло рукопись: «Слог и стиль вашего романа без названия вызвали восхищение у тех из нас, кто прочитал его. Их можно сравнить только со слогом и стилем Ежи Косински... Недостаток рукописи заключается в том, что в ней не содержится ничего нового».

<По поводу атомной бомбы: Это самая большая глупость из всех, которые мы когда-либо совершали. Я говорю вам как специалист по взрывчатым веществам: она никогда не взорвется. Адмирал *Уильям Ли* президенту Трумэну, 1945>

— Люди, склонные к самонадеянным решениям и наделенные властью, способны ввергнуть мир в хаос. Самонадеянный Адольф Гитлер с 1939 по 1945 г. воевал со всей Европой. Самонадеянный Линдон Джонсон в 1960-е гг. отправил американскую армию спасать демократию в Южном Вьетнаме. Самонадеянный Саддам Хусейн в 1990 г. напал на Кувейт, а самонадеянный Слободан Милошевич в 1999 г. заявил, что никогда не допустит миротворческие войска в Косово.

Что порождает чрезмерную самоуверенность? Почему жизненный опыт не учит нас быть более реалистичными в самооценках? Тому есть несколько причин. Во-первых, людям свойственно помнить свои ошибочные суждения как ситуации, в которых они были почти правы. Именно этот феномен описан Филипом Тетлоком, который в конце 1980-х г. попросил нескольких ученых и политологов, исходя из их нынешней точки зрения, предсказать будущее Советского Союза, Южной Африки и Канады (Tetlock, 1998, 1999). Спустя пять лет коммунизм рухнул, Южная Африка превратилась в многонациональное демократическое государство, а Канада осталась единой. Эксперты, которые были уверены более чем на 80%, правильно предсказали именно такое развитие событий только в 40% случаев. Однако эксперты, которые ошиблись, размышляя по поводу своих суждений, высказывали уверенность в том, что все-таки в основном были правы. «Я почти попал в точку», — говорили многие из них. «Сторонники жесткой линии почти преуспели в своей борьбе с Горбачевым». «Квебекские сепаратисты почти выиграли референдум по поводу отделения». «Если бы де Клерк и Мандела не договорились между собой, переход власти в руки черного большинства был бы куда более кровавым». Экспертам-политологам, психотерапевтам, а также составителям биржевых и спортивных прогнозов трудно избавиться от излишней самоуверенности.

{**Президент Линдон Джонсон во Вьетнаме (1966 г.).** Чрезмерная самоуверенность, подобная той, которую он продемонстрировал, обрекая армию на неизбежное поражение, лежит в основе многих грубых ошибок, как серьезных, так и незначительных}

Людям присуща и еще одна особенность: они не склонны искать информацию, которая может опровергнуть то, во что они верят. Справедливость этого утверждения была доказана Уэйсоном (вы сами можете повторить его эксперимент), который предъявлял разным людям три цифры — 2, 4 и 6, — подчинявшиеся одному простому правилу, сформулированному им для самого себя: *цифры располагаются в порядке возрастания* (P. C. Wason, 1960). Чтобы помочь испытуемым выявить это правило, Уэйсон предложил каждому из них самому назвать три цифры, и всякий раз говорил, удовлетворяют ли предлагаемые ими цифры его правилу. Когда испытуемые были уверены, что поняли правило, они должны были остановиться и произнести его вслух.

Результат? Правильный ответ был такой же редкостью, как и сомнения: 23 человека из 29,

неверно сформулировавшие правило, убедили себя в том, что сделали это правильно. Как правило, они предпочитали не опровергать свои догадки, а формировали какое-нибудь неверное убеждение о правиле (например, что речь идет только о четных числах) и затем искали подтверждение своего предположения, предъявляя экспериментатору три цифры — 8, 10, 12. Люди преисполнены желанием подтверждать свои убеждения, но не спешат искать доказательства, способные опровергнуть их. Мы называем этот феномен **предубеждением против доказательств**.

Предпочтение, которое мы отдаем информации, подтверждающей наши убеждения, помогает объяснить поразительную стабильность наших Я-образов. Результаты экспериментов, проведенных в Университете штата Техас (г. Остин) Уильямом Свонном и Стивеном Ридом, свидетельствуют о том, что студенты ищут, находят и запоминают информацию, подтверждающую их представления о самих себе (Swann & Read, 1981; Swann et al., 1999a, 1999b, 1994). Мы выбираем себе в друзья и в супруги тех, кто разделяет наше мнение о нас, даже если сами мы оцениваем себя не очень лестно (Swann et al., 1991; 1992, 2000). Свонн и Рид сравнивают это самоподтверждение с поведением на вечеринке человека, обладающего доминирующим Я-образом. С первого момента он ищет среди присутствующих своих знакомых, про которых ему известно, что они признают его превосходство. Затем в ходе беседы он так представляет свои взгляды, что ожидаемое уважение ему гарантировано. После вечеринки ему трудно вспомнить разговоры, где его влияние было минимальным, ему значительно проще вспомнить собственную убедительность в тех разговорах, в которых он «играл первую скрипку». Следовательно, впечатления, полученные на вечеринке, подтвердят его Я-образ.

<Если вы что-то знаете, владейте этим знанием, а если вы чего-то не знаете, — признайте, что вы этого не знаете; этим вы докажете свою эрудицию. *Конфуций*, Литературный сборник>

Лекарство от чрезмерной самоуверенности

Какие уроки мы можем извлечь из исследований чрезмерной самоуверенности? Один из них заключается в том, что нужно с осторожностью воспринимать догматические суждения окружающих. Даже абсолютно уверенные в своей правоте люди и те ошибаются. Самоуверенность не всегда соответствует компетентности.

Известны два способа, которые успешно снижают предубеждение, порождаемое чрезмерной самонадеянностью. Один из них — безотлагательная обратная связь (Lichtenstein & Fischhoff, 1980). В реальной жизни метеорологи, составляющие прогнозы погоды, и те, кто делают ставки на бегах, ежедневно получают недвусмысленную обратную связь. Поэтому в обеих группах эксперты весьма адекватно оценивают вероятность правильности своих прогнозов (Fischhoff, 1982).

Когда люди задумываются над тем, почему та или иная идея *может быть* верной, она начинает казаться таковой (Koehler, 1991). А это значит, что второй способ снижения уровня самонадеянности заключается в следующем: заставить людей подумать хотя бы об одном убедительном аргументе в пользу того, *почему их суждения могут быть ложными*, т. е. вынудить их принять в расчет и ту информацию, которая опровергает их суждения (Koriat et al., 1980). Менеджеры могли бы стимулировать более реалистичные суждения, если бы настаивали на том, чтобы во всех предложениях и рекомендациях были указаны причины, по которым они могут не сработать.

Тем не менее мы должны проявлять осторожность, чтобы не подорвать веру людей в собственные силы настолько, что они начнут уделять слишком много времени самоанализу или позволят сомнениям парализовать их решимость. В те моменты, когда нужна мудрость, те, кому не хватает уверенности в себе, могут промолчать или воздержаться от принятия серьезных решений. Чрезмерная самоуверенность может дорого стоить нам, но обоснованная уверенность в себе адаптивна.

Эвристика

Имея слишком мало драгоценного времени для обработки огромного количества информации, наша когнитивная система вырабатывает психические средства, позволяющие сэкономить затраты времени и сил. Легкость, с которой мы формируем впечатления, выносим суждения и находим объяснения, поразительна. Мы делаем это с помощью **эвристики** — простых и эффективных стратегий мышления. Во многих ситуациях наши молниеносные обобщения — «Это опасно!» — адаптивны.

Быстрота действия этих имплицитных правил благоприятствует нашему выживанию. Биологическое предназначение мышления не столько в том, чтобы мы не заблуждались, сколько в том, чтобы мы выжили.

Эвристика репрезентативности

Группа психологов, проинтервьюировав выборку, в состав которой входили 30 инженеров и 70 юристов, изложила свои впечатления в форме коротких описаний. Вот одно из них, взятое наугад.

«Фрэнк дважды разведен. Он проводит большую часть свободного времени в загородном клубе. Основная тема его разговоров с посетителями клубного бара — сожаления по поводу того, что он пошел по стопам своего уважаемого папаши. Было бы гораздо лучше, если бы вместо того, чтобы грызть гранит науки, он научился быть более покладистым и терпимым по отношению к другим людям.

Вопрос. Какова вероятность того, что Фрэнк юрист, а не инженер?»

Когда студентов Университета штата Орегон попросили ответить на вопрос «Кто Фрэнк по специальности», более 80% опрошенных сказали, что он юрист (Fischhoff & Bar-Hillet, 1984). Вполне объяснимый результат. Но как вы думаете, изменились ли их выводы после того, как было сказано, что в опрошенной выборке не 30, а 70% инженеров? Ничуть. Студенты совершенно не принимали во внимание соотношение инженеров и юристов в выборке; по описанию Фрэнк больше соответствовал тому *представлению* о юристах, которое у них сложилось, чем представлению об инженерах, и остальное, судя по всему, не имело для них никакого значения.

Судить о чем-либо, интуитивно сравнивая это со своим мысленным представлением (репрезентацией) о категории, к которой это «что-то» относится, значит использовать *эвристику репрезентативности*. Как большинство эвристик, эвристика репрезентативности (типичности) обычно позволяет правильно ориентироваться в реальности. Но не всегда. Рассмотрим такой пример. Линде 31 год, она не замужем, чистосердечна и очень хороша собой. Она закончила колледж, и ее специальность — философия. Учась в колледже, она серьезно заинтересовалась проблемой дискриминации и прочими социальными проблемами, а также участвовала в демонстрациях против ядерного оружия. Исходя из такого описания, что бы вы сказали? Что Линда — кассир в банке или что она — кассир в банке и участница феминистского движения? Большинство считают, что более вероятно второе; отчасти это связано с тем, что Линда лучше соответствует их *представлениям* о феминистках. Скажите, разве вероятность того, что Линда и кассир в банке, и феминистка, больше, нежели вероятность того, что она просто кассир в банке (не имеет значения, феминистка или нет)? Как напоминают нам Эймос Тверски и Дэниел Канеман, вероятность сочетания двух событий не может быть больше вероятности каждого из этих событий в отдельности (Tverski & Kahneman, 1983).

Доступность эвристики

Давайте подумаем: каких слов в английском языке больше — тех, в которых буква *k* первая или третья? Где больше народонаселение — в Камбодже или в Танзании? (Ответы приведены внизу).

[*Ответ на вопрос 1.* Слов, в которых буква *k* — третья, примерно в три раза больше, чем слов, которые начинаются с нее. Однако большинство людей придерживаются диаметрально противоположного мнения. Слова, которые начинаются с буквы *k*, когнитивно более доступны и легче вспоминаются (Tversky & Kahneman, 1974). Наши суждения относительно частоты событий определяются доступностью эвристики. *Ответ на вопрос 2.* Население Танзании — 24 миллиона человек, что значительно превышает численность населения Камбоджи (7 миллионов). Большинство людей имеют более «живые» представления о Камбодже, чем о Танзании, и поэтому дают неверный ответ.]

Возможно, ваши ответы на эти вопросы зависели от того, насколько быстро вам на ум пришли соответствующие примеры. Если примеры, хранящиеся в вашей памяти, легкодоступны, как, скорее всего, доступны примеры слов, начинающихся с буквы *k*, и информация о Камбодже, тогда мы полагаем, что речь идет о заурядном событии. Чаще всего именно так и бывает, и это когнитивное правило, называемое **доступностью эвристики**, во многих случаях служит нам вполне исправно.

<В 2000 г. американцы, потрясенные жуткими сценами расстрелов школьников, учиненных их

одноклассниками, решили, что подростковая преступность увеличилась. В действительности же в период с 1960 по 2000 г. пик подростковой преступности пришелся на 1994 г., после чего наметилось ее снижение.>

Однако иногда оно вводит нас в заблуждение. Если люди слышат перечень имен знаменитостей одного пола (мать Тереза, Джейн Фонда, Тина Тёрнер) вперемешку с таким же по объему перечнем никому не известных людей другого пола (Дональд Скарр, Уильям Вуд, Мэл Джаспер), впоследствии знаменитые имена будут более доступны им когнитивно. Применительно к данному конкретному случаю, люди будут говорить, что слышали больше женских имен (McKelvie, 1995, 1997; Tversky & Kahneman, 1973). Яркие события, которые легко можно себе представить (например, болезни с очевидными симптомами), также могут казаться более вероятными, нежели события, которые труднее представить себе (MacLeod & Campbell, 1992; Sherman et al., 1985). Даже вымышленные эпизоды романов, телепередач и кинофильмов оставляют образы, которые позже проникают в наши суждения (Gerrig & Prentice, 1991).

То, каким образом мы используем доступность эвристики, подчеркивает базовый принцип социального мышления: люди медленно переходят от общего к частному, но быстро — от реального случая к общепринятым истинам. Не приходится удивляться тому, что, наслушавшись и начитавшись всевозможных историй про изнасилования, ограбления и избиения, 9 канадцев из 10 переоценивают — и, как правило, весьма существенно, — процент преступлений, совершенных с применением насилия (Doob & Roberts, 1988).

<Показания свидетелей могут быть более убедительными, чем горы фактов и цифр (горы фактов и цифр, накопленных социальной психологией, весьма убедительно доказывают это). *Марк Снайдер*, 1988>

Доступность эвристики объясняет, почему остроумные анекдоты нередко становятся более убедительными доказательствами, чем статистическая информация, и почему воспринимаемый риск нередко совершенно не соответствует реальным рискам (Allison et al., 1992). Поскольку большинство из нас надолго запоминают кадры, изображающие авиакатастрофы, мы нередко думаем, что коммерческий авиарейс — более опасное предприятие, чем поездка на автомобиле. В действительности же в 1980-е гг. американцы, которые путешествовали на машинах, в 26 раз чаще рисковали своей жизнью, чем американцы, покрывавшие то же расстояние по воздуху (National Safety Council, 1991). Для большинства авиапассажиров самой опасной частью путешествия является поездка в автомобиле из дома в аэропорт.

Мышление, противоречащее фактам

События, которые легко можно представить себе (т. е. когнитивно доступные события), влияют также и на то, как мы переживаем чувство вины, сожаления, фрустрации и облегчения. Когда наша команда проигрывает (или выигрывает) важный матч с разницей в одно очко, мы без труда можем представить себе, что игра вполне могла сложиться иначе, поэтому испытываем либо большее сожаление, либо большее облегчение. Возможность представить себе более скверные для нас альтернативы помогает нам чувствовать себя лучше. Возможность представить себе более благоприятные для нас альтернативы и поразмыслить над тем, что в следующий раз нужно сделать по-другому, помогает подготовиться действовать в будущем лучше (Boninger et al., 1994; Roese, 1994).

<Большинство людей рассуждают сердцем, а не умом. *Оливер Уэнделл Холмс-младший*, юрист (1809-1894)>

На Олимпийских играх обладатели бронзовых медалей (они легко могли представить себе альтернативный вариант — оказаться за чертой призеров) радовались больше, чем обладатели «серебра», которым, в свою очередь, проще было представить себе, что они вполне могли выиграть «золото» (Medvec et al., 1995). Точно так же чем выше оценка учащихся в пределах определенной категории (например, категории B+), тем хуже они чувствуют себя (Medvec & Savitsky, 1997). Учащийся, имеющий оценку B+ и не добравший до A- одного балла, чувствует себя хуже, чем учащийся, справившийся с работой объективно хуже, но за счет одного балла получивший не B, а B+. Направление мышления, противоречащего фактам, определяется тем, к чему люди ближе — к худшей или к лучшей из возможных альтернатив.

Подобное **мышление, противоречащее фактам**, — *мысленное моделирование того, что могло бы быть*, — имеет место, когда мы легко можем представить себе альтернативный вариант (Kahneman & Viller, 1986; Gavanski & Wells, 1989; Roese, 1997). Когда перед самым нашим носом захлопывается дверь автобуса или прекращается посадка в самолет, мы начинаем думать о том, что *было бы, если бы мы только* вышли из дома вовремя, поехали по привычной дороге и не останавливались по пути. Если мы опаздываем на полчаса или это происходит даже тогда, когда мы ехали по привычному маршруту, нам труднее представить себе иной результат, и поэтому мы меньше расстраиваемся. Спортивная команда или политик, которым не хватило для победы «совсем чуть-чуть» и которые проиграли, будут вновь и вновь представлять себе свой возможный успех. Если бы только...

Противоречащее фактам мышление лежит в основе переживания удачи. Если нам чудом удается избежать неприятностей — гола на последней минуте матча, означающего наше поражение, или сосульки, упавшей с крыши, — нам нетрудно представить себе их негативные последствия (горечь поражения, травма), и поэтому мы думаем, что нам повезло (Teigen et al., 1999). Напротив, неприятности, которые произошли, но которых вполне могло и не быть, заставляют нас считать себя неудачниками.

(— Все, что мне нужно знать о жизни, я узнаю из «Дайджестов пикантных новостей»! («Чернокожие верят О. Дж. Симпсону!»)

— Парня и девушку выгнали из гей-бара, за то что они слишком откровенно целовались и обнимались! — Вывод: гомосексуалисты нас дискриминируют!

— Шестилетнего мальчика, который поцеловал свою одноклассницу, обвинили в сексуальных домогательствах. — Ха! Я же говорил, что сексуальные домогательства всего лишь выдумка феминисток, этих ненормальных недотрог!

— Посетительница «Макдональдса», вылившая на себя горячий кофе, подала на компанию в суд. — Любой иск против любой корпорации — это несерьезная попытка вымогательства!

— Во Флориде (или Техасе) совершено убийство. Убийца — человек, освобожденный из тюрьмы условно — досрочно под честное слово. — Всех преступников нужно приговаривать, как минимум, к пожизненному заключению! («Магазинные кражи»)

— Эта информация быстро усваивается, хорошо запоминается и надолго сохраняется в памяти!

«Дайджесты пикантных новостей» — мой путь к просвещенности! («Дети выбирают королеву красоты»))

Яркие, запоминающиеся, а потому и когнитивно доступные события влияют на наше восприятие социального мира

Чем значительнее событие, тем интенсивнее противоречащее фактам мышление (Roese & Hur, 1997). Известно, что человек, потерявший в результате автомобильной аварии супруга или ребенка, или тот, чей ребенок скоропостижно скончался, постоянно возвращается мыслями к этому событию, заново проигрывая и реконструируя его (Davis et al., 1995, 1996). Один мой друг, чьи жена, дочь и мать погибли при лобовом столкновении их машины с автомобилем, за рулем которого сидел пьяный водитель, сказал: «В течение многих месяцев я постоянно перебирал в памяти события того дня и изменял их последовательность таким образом, чтобы предотвратить трагедию» (Sittser, 1994).

<Люди, однако, чаще извиняются за свои действия, нежели за бездействие. *Зиленберг и др.*, 1998>

{Когда решался спорный вопрос о победителе президентских выборов 2000 г., и сторонники Джорджа Буша, и сторонники Ала Гора с одобрением приветствовали пересчет голосов в штате Флорида как будущее доказательство победы именно их кандидата}

И все же люди гораздо больше жалеют не о том, что сделали, а о том, чего не сделали. «Жаль, что в колледже я был слишком легкомысленным». Или: «Отец умер, а я так и не успел сказать ему, что люблю его. Я сожалею об этом» (Gilovich & Medvec, 1994; Savitsky et al., 1997). (Результаты одного опроса, проведенного среди взрослых, показывают: большинство респондентов сожалеют о том, что в свое время недостаточно серьезно отнеслись к получению образования (Kinner & Metha, 1989).) Может быть, у нас было бы меньше поводов для сожалений, если бы мы чаще стремились выйти за пределы «зоны собственного комфорта» — рисковали, терпели неудачи, но хотя бы пытались достичь чего-то? Кто не рискует, тот не пьет шампанского.

Иллюзорное мышление

На наше повседневное мышление также влияет поиск логики в случайных событиях — тенденция, которая способна увести нас далеко по любому из многочисленных ложных путей.

Иллюзорная взаимосвязь

Обнаружить взаимосвязь там, где ее нет, несложно. Ожидая тесной корреляции, мы с легкостью связываем между собой разрозненные события, приписывая им **иллюзорную взаимосвязь**. Уильям Уорд и Герберт Дженкинс познакомили испытуемых с результатами якобы проходившего в течение 50 дней эксперимента, суть которого заключалась в обработке облаков специальными реагентами, вызывавшими дождь (Ward & Jenkins, 1965). Они сказали испытуемым, в какие именно дни облака обрабатывали и в какие дни шли дожди. Эта информация была не более чем случайной смесью фактов: иногда обработка и дождь совпадали, иногда — нет. Тем не менее испытуемые — в полном соответствии с их представлениями о воздействии реагентов на облака — были убеждены в том, что они наблюдали связь между обработкой и дождем.

То, что случайные события без труда воспринимаются нами как подтверждение наших суждений, доказано и другими исследователями (Crocker, 1981; Jennings et al., 1982; Trolier & Hamilton, 1986). Если мы убеждены в существовании корреляции, то более склонны замечать и запоминать соответствующие примеры. Если мы верим в то, что предчувствия и последующие события связаны между собой, мы замечаем и запоминаем связь между предчувствием и событием, которое произойдет позднее. Мы редко замечаем или запоминаем все случаи несовпадения предчувствий и событий. Если после того, как мы подумаем о друге, раздастся его звонок, мы обратим внимание на это совпадение и запомним его. Но мы не замечаем и не запоминаем тех эпизодов, когда думали о нем, а он не звонил нам, или когда звонил человек, о котором мы перед этим не думали.

Люди видят не только те корреляции, которых ожидают, но и те, которые хотят увидеть. В одном из своих экспериментов Мариэтт Берндсен и ее коллеги показали его участникам, студентам

Амстердамского университета, результаты опроса, якобы проведенного среди других студентов этого же и еще одного университета Нидерландов с целью выяснить их отношение к переходу на преподавание на английском языке (Berndsen et al., 1996). Экспериментаторы сказали испытуемым, что на преподавание на английском языке перейдет тот университет, в котором эта идея получит наибольшую поддержку. Представленные результаты «опросов» из обоих университетов были идентичными. Испытуемые, которым эта идея пришлась по душе, нашли в «опросах» корреляцию, которой там не было; те же, кто был настроен против нее, восприняли результаты «опросов» как доказательство того, что студенты их университета возражают более активно, чем студенты из другого университета.

<По-моему, люди больше жаждут выяснить, почему вещи таковы, чем понять, действительно ли они таковы. *Монтень*, французский философ (1533-1592)>

Желание человека найти связь даже между случайными событиями приводит к тому, что он начинает искать объяснение необычных происшествий или непонятных перемен в настроении. Какой бы причиной мы ни объясняли события, мы делаем их «на вид» более прогнозируемыми и контролируемыми и упорядочиваем свой мир. Можно лишь только повторить, что эта тенденция, как и многие другие, в большинстве случаев адаптивна, но иногда вводит нас в заблуждение.

Иллюзия контроля

Присущая нам склонность воспринимать случайные события как связанные между собой является питательной средой для **иллюзии контроля** — *идеи, согласно которой мы можем влиять на случайные события*. Именно ею руководствуются любители азартных игр, а остальные — когда совершают всевозможные невероятные поступки.

Азартные игры. Иллюзия контроля была продемонстрирована Эллен Ланжер в экспериментах с азартными играми (Langer, 1977). Когда людей, вытянувших «счастливый» лотерейный билет, просили продать его, они называли цену, в четыре раза превышавшую ту, которую называли люди, получившие его от других. Когда их партнерами по игре в рулетку были неопытные и нервничавшие люди, они делали более солидные ставки, чем когда играли с уверенными и сдержанными соперниками. В ходе этих и многих других экспериментов (всего их было более 50) было показано, что люди ведут себя так, словно могут предсказать или проконтролировать случайные события (Presson & Benassi, 1996; Thompson et al., 1998).

Наблюдения за действиями любителей азартных игр в реальной жизни подтвердили эти экспериментальные данные. Играющие в кости могут бросать их деликатно, полагая, что при этом «выпадет» мало очков, и решительно — чтобы выпало много (Henslin, 1967). Индустрия азартных игр процветает за счет иллюзий игроков. Любители азартных игр приписывают свои выигрыши собственному умению и прозорливости, а проигрыши — «промахам» или (если речь идет о спортивных играх) разным «случайностям», например тому, что «мяч нелепо срикошетил» или что «судья не вовремя дал свисток» (Gilovich & Douglas, 1986).

Наблюдая за тем, как страстно люди желают контролировать происходящее даже тогда, когда речь идет о выборе лотерейного билета, Эллен Ланджер пишет: «Я задумалась о тех людях, которые практически лишены возможности контролировать свою жизнь. Изучая пациентов больниц и обитателей домов для престарелых (см. главу 2), я пришла к выводу, что предоставление им права хотя бы отчасти контролировать свою жизнь улучшает их физическое и моральное состояние. Все это позволило мне понять, что для успешного функционирования воспринимаемый контроль чрезвычайно важен» (Langer, 1999).

Возврат к среднему. [Более точным был бы перевод термина «регрессия к норме» (*regression toward the average*); мы употребляем «возврат к среднему», чтобы не нарушать уже сложившуюся традицию. — *Примеч. науч. ред.*] Другой путь, потенциально способный привести к иллюзорному мышлению, описан Тверски и Канеманом: мы не умеем распознавать статистический феномен, называемый **возвратом к среднему** (Tversky & Kaheman, 1974). Поскольку флуктуация экзаменационных оценок — отчасти случайность, большинство студентов, получивших исключительно высокие оценки на текущем экзамене, следующий сдадут не столь успешно. Так как первая оценка — их «потолок», следующая скорее ознаменует собой возврат к обычному среднему уровню, чем

поднимет планку еще выше. (Именно поэтому студент, который работает стабильно, но никогда не причисляется к отличникам, нередко заканчивает курс в числе лучших). Что же касается студента, получившего на первом экзамене самый низкий балл, то весьма вероятно, что он, напротив, следующий экзамен сдаст лучше. Если получившие самые низкие баллы после экзамена станут заниматься с репетитором, а потом сдадут экзамен более успешно, репетиторы, скорее всего, решат, что занятия с ними пошли на пользу, даже если на самом деле они были неэффективны.

{**Возврат к среднему.** Если мы находимся на исключительно низком уровне, как правило, любые попытки исправить положение покажутся успешными, когда мы вернемся в свое обычное состояние}

И верно: когда все начинает валиться из рук, мы предпринимаем любые шаги, лишь бы исправить положение: обращаемся к психотерапевту, садимся на новую диету и начинаем делать новые упражнения, читаем популярную литературу о самопомощи. Скорее всего, ситуация улучшится, а не ухудшится. Иногда «до нас доходит», что экстремальным ситуациям — как плохим, так и хорошим — должен когда-то наступить конец. Жизнь научила нас тому, что когда все идет слишком уж хорошо, обязательно случится какая-нибудь неприятность, а когда жизнь наносит нам тяжелые удары, всегда есть возможность сохранить надежду на лучшее будущее. Однако нередко мы не распознаем этого эффекта регрессии. Мы ломаем голову над тем, почему бейсболист — звезда прошедшего сезона — в этом году добивается вполне заурядных результатов. Уж не зазнался ли он? А может, стал слишком самоуверенным? Мы забываем о том, что исключительным достижениям свойственна тенденция к регрессии, т. е. к возврату на нормальный уровень.

Имитируя последствия поощрения и наказания, Пол Шаффнер доказал, что иллюзия контроля способна также проникать в человеческие отношения (Schaffner, 1985). Он провел эксперимент с участием студентов Колледжа Боудена, которые должны были приучить некоего вымышленного четвероклассника по имени Гарольд ежедневно приходить в школу в 8.30. В течение трех недель компьютер регулярно фиксировал время прихода Гарольда, и оказалось, что он всегда приходил в школу между 8.20 и 8.40. Выяснив это, участники эксперимента должны были решить, как им реагировать на поведение Гарольда, причем эта реакция могла быть любой — от чрезмерной похвалы до строгого наказания. Как вы, конечно, уже догадались, за ранний приход Гарольда хвалили, а за опоздание — ругали. Поскольку компьютер был запрограммирован Шаффнером на случайное чередование ранних приходов Гарольда и его опозданий, наказания способствовали формированию тенденции к его «исправлению» (время прихода сместилось к 8.30). Например, если Гарольд приходил в школу в 8.39, он точно знал, что получит выговор, и вероятность того, что на следующий день он придет раньше 8.39, была весьма велика. Следовательно, *даже несмотря на то что их наказания никак не повлияли* на Гарольда, после завершения эксперимента большинство его участников сочли их эффективными.

Этот эксперимент подтверждает дерзкий вывод Тверски и Канемана: природа действует таким образом, что мы нередко чувствуем себя наказанными за то, что вознаграждаем других, и вознагражденными за то, что наказываем их. В действительности — и это известно каждому студенту, изучающему психологию, — позитивное подкрепление за правильное поведение, как правило, более эффективно и имеет совсем немного побочных эффектов.

Настроения и суждения

Социальное суждение включает эффективный, хотя и небезошибочный процесс обработки информации. Он также включает и чувства: наши суждения зависят от нашего настроения. Все мы — эмоциональные существа, а не запрограммированные роботы. О том, в какой мере чувства воздействуют на мыслительные способности, свидетельствуют результаты относительно недавно проведенного сравнительного изучения счастливых и несчастных людей (Myers, 1993, 2000). Несчастные люди, особенно потерявшие близких или пребывающие в депрессии, склонны к апатии, они неконтактны, а порой даже враждебны по отношению к окружающим. Их мысли сосредоточены преимущественно на себе, и они погружены в размышления. Если пребывающие в депрессии люди не полностью утрачивают надежду, угнетенное настроение стимулирует активное мышление — поиск информации, делающей обстановку, в которой они находятся, более понятной и контролируемой

(Weary & Edwards, 1994).

Счастливые люди, напротив, поразительно энергичны, решительны, креативны и общительны. По сравнению с несчастными они более доверчивы, сердечны и более склонны к сочувствию. Люди, на долю которых выпала пусть небольшая, но все-таки удача (например, делая покупки в торговом пассаже, они получили какой-то небольшой подарок), спустя несколько минут после этого в ходе опроса, не имеющего к этому событию никакого отношения, непременно скажут, что их автомобили и телевизоры в идеальном состоянии, гораздо более хорошем, если положиться на их слова, чем у тех, кто не получил подарков.

Счастливые люди более устойчивы к фрустрации. Временно ли их счастье или продолжительно, они более дружелюбны, склонны прощать окружающих, спокойнее относятся к критике и правильнее понимают ее. Сиюминутным небольшим радостям они предпочитают долгосрочные вознаграждения. Если у них есть возможность выбирать между радостными зрелищами (играющие и смеющиеся люди) и трагическими картинами (похороны, стихийные бедствия), они отдают предпочтение первым и в буквальном смысле слова проводят больше времени, любуясь ими. Несчастные люди преимущественно обращают внимание на мрачные стороны жизни, предпочитают общение с менее благополучными людьми и менее развлекательные романы, кинофильмы и музыку.

Поразительно, какое влияние оказывает настроение на мышление. Немцам, празднующим победу национальной сборной на чемпионате мира по футболу (Schwarz et al., 1987), и австралийцам, посмотревшим фильм «для души» (Forgas & Moylan, 1987), люди кажутся добросердечными, а жизнь — прекрасной. В 1990 г. после матча (но не до него!) между футбольными командами-соперниками Алабамы и Оберна торжествующие победу болельщики команды Алабамы считали войну менее вероятной и потенциально менее разрушительной, чем удрученные фанаты Оберна (Schweitzer et al., 1992). Счастливому человеку мир кажется более дружелюбным, решения, которые ему предстоит принимать, нетрудными, и на память ему чаще приходят хорошие новости (Johnson & Tversky, 1983; Isen & Means, 1983; Stone & Glass, 1986).

Однако стоит только настроению испортиться, как ход мыслей кардинально меняется. То, что раньше виделось в розовом свете, теперь окрашено в мрачные тона. Пребывая в плохом настроении, мы в первую очередь вспоминаем негативные события (Bower, 1987; Johnson & Magaro, 1987). Кажется, что отношения с окружающими испорчены, а Я-образ «пикирует вниз». Будущее погружается в туман, а поведение других людей не предвещает ничего хорошего (Brown & Taylor, 1986; Mayer & Salovey, 1987).

Профессор социальной психологии Университета Нового Южного Уэльса Джозеф Форгас неоднократно бывал поражен тем, насколько глубоко чувства людей, пребывающих в дурном настроении, «проникают в их мышление. Образ их мыслей — их воспоминания и суждения — едва ли не полностью зависит от настроения» (Forgas, 1999). И чтобы понять механизм этого «вторжения настроения», он начал проводить эксперименты. Представьте себе, что вы — участник одного из них. Используя гипноз, Форгас и его коллеги сначала «погружают» вас в хорошее или в плохое настроение, а затем предлагают посмотреть видеозапись вашей беседы с кем-нибудь, сделанную накануне. Если у вас хорошее настроение, вам нравится то, что вы видите, и вы способны заметить немало лестного, характеризующего ваше умение держать себя, ваши интересы и социальные навыки. Если же вас «погрузили» в плохое настроение, при просмотре той же самой видеозаписи вы предстаете в совершенно ином свете — человеком, который нередко бывает зажатым, взвинченным и невразумительным (рис. 3.7). Когда эксперимент заканчивается и исследователь «возвращает» вам ваше хорошее настроение, вы испытываете облегчение, узнав, что ваши суждения зависели именно от него и теперь все в порядке. Можно лишь удивляться этому, но, как отмечают Майкл Росс и Гарт Флетчер, мы не связываем перемены в собственном восприятии с изменениями настроения (Ross & Fletcher, 1985). Мы скорее склонны считать, что мир стал другим.

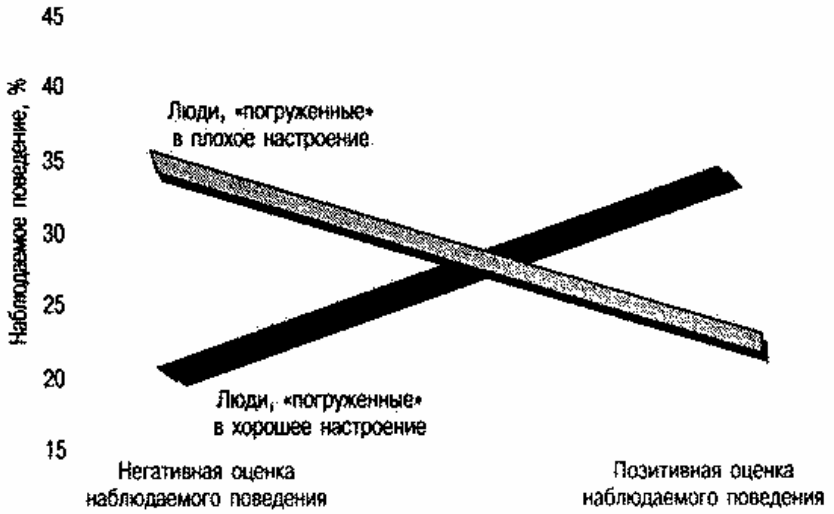


Рис. 3.7. Сиюминутное настроение — хорошее или плохое — оказывает весьма заметное влияние на то, как люди оценивают свое поведение, записанное на видеопленку. Пребывающие в дурном настроении оценивают его значительно менее лестно для себя

Наше настроение отчасти потому накладывает отпечаток на восприятие нами окружающего мира, что оно воскрешает в памяти прежний опыт, связанный с таким настроением. Когда мы пребываем в дурном настроении, наши мысли более депрессивны. Мысли, связанные с настроением, могут помешать нам думать о чем-то другом, более серьезном. Так, будучи во власти эмоций — рассердившись или находясь в очень приподнятом настроении, — мы более склонны к скоропалительным суждениям и к тому, чтобы оценивать окружающих исходя из стереотипов (Bodenhausen et al., 1994; Paulhus & Lim, 1994). (Зачем к тому же рисковать прекрасным настроением после матча и погружаться в размышления о чем-то постороннем, например о том, возможна ли война?)

Настроение оказывает менее заметное влияние на примитивное, «автоматическое» мышление, чем на глубокое и требующее усилий (Hartlage et al., 1993). По мнению Форгаса, «вторжение настроения» в мышление более вероятно в тех случаях, когда мы оцениваем нестандартных людей, интерпретируем сложные человеческие конфликты и пытаемся понять, что связывает, казалось бы, совершенно не подходящих друг другу супругов; размышления о заурядных людях, понятных конфликтах и гармоничных супружеских парах менее подвержены влиянию настроения (Forgas, 1994, 1995). И чем больше мы думаем, тем более заметным может быть влияние настроения.

Резюме

Впечатляющая способность разума обрабатывать информацию давно стала предметом исследований психологов. Наши возможности в том, что касается автоматического, эффективного и интуитивного мышления, огромны. Хотя наша когнитивная способность в принципе адаптивна, иногда мы расплачиваемся за это определенными ошибками. Поскольку мы, как правило, не подозреваем, что в наши размышления вкралась ошибка, то порой попадаем в ситуации, при которых формируем и поддерживаем ложные убеждения, т. е. «объяснения необъяснимого».

Во-первых, мы часто переоцениваем свои суждения. Этот феномен *чрезмерной самоуверенности* отчасти проистекает из того, что нам гораздо легче представить себе причины, по которым мы можем быть правы, чем причины, по которым можем ошибаться. К тому же люди гораздо более склонны к поиску информации, подтверждающей их убеждения, чем к поиску сведений, опровергающих их.

Во-вторых, когда нам рассказывают очень удачные анекдоты или абсолютно бесполезные данные, мы нередко пропускаем мимо важную информацию. Отчасти это связано с тем, что впоследствии легче вспоминается яркая, живая информация (когнитивно она более *доступна*).

В-третьих, нас часто вводят в заблуждение иллюзорные взаимосвязь и личный контроль. Трудно не поддаться искушению и не увидеть корреляции там, где ее нет и в помине (*иллюзорная взаимосвязь*), или не считать себя способным прогнозировать или контролировать случайные события (иллюзия контроля).

И последнее. Настроение влияет на суждения. Хорошее или дурное настроение «запускает» механизм, извлекающий воспоминания о переживаниях, связанных с этим настроением. Именно от настроения зависит, как мы воспринимаем текущие события. Отвлекая наше внимание, настроение влияет также и на то, серьезны или поверхностны наши мысли, предшествующие какому-либо суждению.

Самореализующиеся убеждения

Познакомившись с тем, как мы объясняем поведение окружающих и судим о них — эффективно, адаптивно, но иногда неверно, — мы, наконец, подошли к тому, чтобы оценить ту роль, которую играют наши суждения. Имеют ли наши суждения о социальной реальности какое-нибудь значение? Способны ли они изменить ее?

Наши социальные убеждения и суждения важны, ибо они обладают силой воздействия. Они влияют на наши чувства и поведение, благодаря чему создают свою собственную реальность. Когда наши идеи толкают нас на совершение поступков, с очевидностью доказывающих их правоту, они превращаются в сбывшиеся пророчества. А это значит, что социальное восприятие хоть и неявно, но влияет на социальную реальность.

Роберт Розенталь, автор широко известных исследований, посвященных «предвзятости экспериментатора», обнаружил, что испытуемые иногда оправдывают ожидания исследователя (Rosental, 1985). В одном из экспериментов исследователи попросили испытуемых оценить, насколько успешны люди, фотографии которых были им предъявлены. Всем испытуемым была прочитана одна и та же инструкция и предъявлены одни и те же фотографии. Тем не менее ожидания экспериментаторов, полагавших, что успешность изображенных на фотографиях людей будет оценена высоко, оправдались: их испытуемые оценили ее выше, чем испытуемые тех экспериментаторов, которые ожидали, что сфотографированных сочтут неудачниками. Еще более поразительной и противоречивой кажется информация о том, что точно так же «ведут себя» и ожидания, которые преподаватели связывают со своими учениками: они тоже иногда превращаются в сбывающиеся пророчества.

Ожидания педагогов и академические успехи учащихся

Ни для кого не секрет, что на одних учеников педагоги возлагают б*о*льшие надежды, чем на других. Возможно, вы уже и сами успели заметить это, если учитесь в той же школе, где учились ваши старшие брат или сестра, если вас успели признать «одаренным» или «необучаемым» или если вас отнесли к «очень способным» ученикам или к ученикам со «средними способностями». Возможно, благодаря разговорам, которые ведутся в учительской, даже у тех, кто не знаком с вами, уже заранее сложилось определенное мнение о вас. Возможны и другие варианты: новый учитель уже успел тщательнейшим образом изучить вашу школьную жизнь или выяснил финансовое положение вашей семьи. Повлияют ли на академические успехи ученика ожидания такого учителя? Ясно, что мнение учителя *коррелирует* с достижениями ученика: учитель хорошего мнения о тех учениках, которые хорошо учатся. В основном это результат правильного восприятия педагогом способностей и достижений их учеников (Jussim et al., 1996; Smith et al., 1998, 1999).

Однако можно ли сказать, что это восприятие является не только следствием успеваемости учащихся, но и ее *причиной*? Результаты корреляционного исследования, выполненного Уильямом Крано и Филлис Меллон с участием 4300 британских школьников, позволяют утвердительно ответить на этот вопрос (Crano & Mellon, 1978). Лестное мнение педагога об учащемся может быть не только следствием академических успехов последнего, но также и их причиной.

Есть ли возможность экспериментально проверить этот «эффект ожиданий педагога»? Представьте себе, что мы сказали педагогу: «Отобранные наугад студенты — Дана, Салли, Тодд и Мануэль — чрезвычайно одаренные люди». Будет ли педагог после этого как-то по-особому относиться к ним, а они продемонстрируют вследствие этого необычно высокую успеваемость? Результаты ныне широко известного эксперимента, проведенного Розенталем и Ленор Джекобсон, полностью подтверждают это предположение (Rosenthal & Jacobson, 1968). Отобранные по случайному принципу

ученики одной из начальных школ Сан-Франциско, которым было сказано (по итогам процедуры, имитировавшей тест), что они находятся в преддверии весьма значительного «интеллектуального рывка», впоследствии, когда было проведено настоящее тестирование интеллекта, продемонстрировали более высокие результаты, т. е. их *IQ* возрос.

Эти впечатляющие результаты, судя по всему, намекают на то, что существующая в школах проблема «неспособных детей», возможно, является лишь следствием невысоких ожиданий, которые связывают с ними их учителя. Результаты эксперимента Розенталя и Джекобсон вскоре после его завершения были опубликованы в национальных средствах массовой информации, а также во многих учебниках по психологии и педагогике, предназначавшихся для студентов колледжа. Дальнейший анализ показал, что эффект учительских ожиданий вовсе не так значителен и надежен, как полагали многие специалисты на основании данных этого новаторского исследования. Оказалось, что эти результаты «исключительно трудно воспроизвести» (Spitz, 1999).

По оценке самого Розенталя, только 39% из 448 опубликованных исследований бесспорно подтверждают факт существенного влияния учительских ожиданий на успеваемость учащихся (Rosenthal, 1991). Невысокие ожидания педагога не фатальны для одаренного ребенка, а высокие не превратят чудесным образом неспособного ученика в «гордость класса». По своей природе человек не столь податлив.

Но судя по всему, высокие ожидания педагога способны повлиять на тех неуспевающих учеников, для которых его поддержка может оказаться глотком свежего воздуха, помогающего им удержаться на плаву (Madon et al., 1997). Как ожидания учителя передаются ученику? По мнению Розенталя и других исследователей, педагоги преимущественно смотрят на тех учащихся, «чей потенциал высок», они чаще улыбаются и одобрительно кивают им. Учителя могут также и учить в первую очередь своих «способных учеников», ставить перед ними более серьезные цели, чаще вызывать их и предоставлять им больше времени для обдумывания ответов (Cooper, 1983; Harris & Rosenthal, 1985, 1986; Jussim, 1986).

<Чтобы оценить сердечность и энтузиазм школьного учителя или профессора, достаточно лишь краем глаза взглянуть на него — всего лишь несколько секунд. *Ambady & Rosenthal*, 1992, 1993>

В одном из своих исследований Элиша Бабад, Фрэнк Берниери и Розенталь снимали на видеопленку учителей, говоривших либо с самими учениками, на которых они возлагали большие надежды или «поставили крест», либо о них. Зрителям, как взрослым, так и детям, выбранного наугад 10-секундного клипа было достаточно, чтобы по выражению лица учителя или по его голосу сказать, как он относится к ученику и хороший это ученик или плохой. (Это не опечатка — 10 секунд). Хотя педагоги и склонны считать, что умеют скрывать свои чувства, учащиеся очень чувствительны к выражению их лиц и к их движениям.

Читая об изучении учительских ожиданий, я не мог не задуматься о влиянии тех ожиданий, которые *учащиеся* связывают со своими педагогами. Приступая к изучению того или иного курса, вы, конечно, были уже наслышаны о том, что на лекциях «у профессора Смита интересно», а «у профессора Джоунса — смертная тоска». Роберт Фелдман и Томас Прохазка нашли, что подобные ожидания способны повлиять как на ученика, так и на педагога (Feldman & Prohaska, 1979; Feldman & Theiss, 1982). Результаты их экспериментов свидетельствуют о том, что студенты, надеявшиеся учиться у компетентного педагога (сам педагог ничего не знал об этом), были о своем педагоге более лестного мнения, чем студенты, которые имели более скромные ожидания. Но это еще не все: такие студенты приобрели больше знаний. В своем втором эксперименте Фелдман и Прохазка снимали на видеопленку педагогов и потом просили испытуемых оценить их действия. Более компетентными были признаны те педагоги, которые беседовали со студентами, невербально выражавшими им свое позитивное отношение.

Чтобы выяснить, проявляются ли подобные эффекты и в реальных учебных заведениях, группа исследователей во главе с Дэвидом Джемисоном провела эксперимент в четырех классах средней школы провинции Онтарио (Канада), в которых преподавала учительница, лишь незадолго до этого переведенная туда. Во время индивидуальных бесед с учащимися экспериментаторы сказали им, что и они сами, и другие ученики оценивают новую учительницу очень высоко. По сравнению с учащимися из контрольного класса участники эксперимента отнеслись к учебе более серьезно. В конце семестра они также получили более высокие оценки и положительно охарактеризовали свою учительницу.

Складывается такое впечатление, что мнение учащихся о педагоге не менее важно, чем мнение педагога об учащихся.

Мы получаем от других именно то, чего ждем от них

Итак, ожидания экспериментаторов и педагогов, хотя об этом и следует говорить с известной осторожностью, в некоторых случаях играют роль самоосуществляющегося пророчества. Какие общие правила можно вывести из этого? Можно ли говорить о том, что мы всегда получаем от других то, чего ждем от них? Бывают ситуации, когда, ожидая от кого-либо неприятностей, мы становимся сверхпредупредительными по отношению к этому человеку, вынуждая его платить нам той же монетой и *опровергать* тем самым наши ожидания. Однако чаще исследователи, изучающие социальное взаимодействие, получают результаты, которые свидетельствуют об обратном: да, в известной мере, мы получаем именно то, чего ждем (Olson et al., 1996).

В играх, которые проводятся в лабораториях, неприязнь едва ли не всегда порождает ответную враждебность: испытуемым, воспринимающим своих оппонентов как людей, не склонных к сотрудничеству, нетрудно превратить их именно в таких — в людей, не склонных к сотрудничеству (Kelley & Stahelski, 1970). Любой конфликт всегда изобилует самоосуществляющимся пророчеством. Если один участник конфликта считает другого агрессивным, обидчивым и мстительным, этот другой — в целях самозащиты — будет вести себя именно так, и порочный круг замкнется. На мое отношение к жене может повлиять то, в каком настроении я ожидаю увидеть ее — в мрачном или в приподнятом и доброжелательном, а это вынудит ее подтвердить мои ожидания.

Значит ли это, что идеализация партнерами друг друга идет на пользу близким отношениям? Сбываются ли позитивные надежды на верность партнера? Или они чаще оборачиваются разочарованием, потому что подобные ожидания в принципе нереалистичны, и в конце концов жизнь это доказывает? Результаты исследования, проведенного Сандрой Мюррей и ее коллегами в Университете Ватерлоо, говорят о том, что идеализация партнера является для влюбленной пары хорошим предзнаменованием (Murray et al., 1996, 2000). Идеализация помогала смягчать конфликты, способствовала большей удовлетворенности и превращала тех, кто считал себя «лягушками», в принцев и в принцесс. Любовь помогает нам становиться более похожими на тех людей, которых в нас видят любящие. Любовь помогает превращать мечты в реальность.

Несколько экспериментов, проведенных Марком Снайдером в Университете штата Миннесота, показывают, как ошибочные убеждения относительно социального мира, стоит им только возникнуть, могут навязать другим конформность по отношению к ним, феномен, названный **бихевиоральным подтверждением** (Snyder, 1984). В эксперименте, ныне ставшем классическим, испытуемым-мужчинам нужно было поговорить по телефону с женщинами, фотографии которых им заранее показали и которых они сочли привлекательными или нет (Snyder, Tanke & Berscheid, 1977). Ошибочные убеждения мужчин превратились в сбывшееся пророчество: мужчины вели себя так, что вынудили женщин продемонстрировать такое поведение, которое подтвердило распространенное среди мужчин мнение, будто красивые люди всегда приятны в общении.

{Интернет открывает новые возможности не только для общения, но и для бихевиорального подтверждения, ибо люди делают предположения о своих невидимых собеседниках}

<Чем чаще он вел себя с ней так, словно она и вправду очень мила, тем больше Лотти расцветала и становилась все милее и милее, и тем энергичнее он, пораженный этим превращением, выражал ей свое уже совершенно искреннее восхищение. Так они и шли по кругу. Но это был не порочный, а в высшей степени добродетельный круг. *Элизабет фон Арним*, Очарованный апрель, 1922>

Бихевиоральное подтверждение проявляется и тогда, когда мы думаем, что люди неравнодушны к нам. Представьте себе, что вы — один из участников эксперимента, проведенного недавно Робертом Риджем и Джеффри Ребером, в котором приняли участие 60 молодых мужчин и столько же молодых женщин (в печати). Каждый мужчина должен проинтервьюировать одну из женщин и решить, подходит ли она на должность помощника учителя. Перед этим мужчине говорили, что женщина, которую ему предстоит интервьюировать, либо симпатизирует ему (на основании его ответов на вопросы биографического опросника), либо нет. (Представьте себе, что некто, с кем вам предстоит беседовать, проявил повышенный интерес к предстоящему знакомству с вами и к возможным последующим

встречам или продемонстрировал полное равнодушие.) Результатом стало бихевиоральное подтверждение. Претендентки, интервьюеры которых считали, что они неравнодушны к ним, вели себя более кокетливо, даже не осознавая этого. По мнению Риджа и Ребера, не исключено, что этот процесс — одна из возможных причин сексуальных домогательств. Если мужчине кажется, что поведение женщины подтверждает его предположения на ее счет, он может «активизироваться» и перейти к столь откровенным действиям, которые женщина уже не сможет интерпретировать иначе как неприемлемые и оскорбительные.

Ожидания влияют и на поведение детей. Увидев, сколько мусора набросано в трех классных комнатах, Ричард Миллер и его коллеги попросили учителя одного из классов и его помощников как можно чаще напоминать детям о том, что нужно соблюдать чистоту и порядок (Miller et al., 1975). Благодаря этим напоминаниям количество мусора, который оказывался в специальных корзинах, возросло с 15 до 45%, но эффект был лишь временным. Второй из трех классов, который тоже отправлял в корзину не более 15% мусора, систематически хвалили за аккуратность. После восьми дней регулярных похвал и даже спустя две недели после того, как они прекратились, ученики этого класса продолжали оправдывать ожидания взрослых: они бросали в корзины более 80% мусора. Не уставайте твердить детям, что они трудолюбивы и добры, а не ленивы и упрямы, и не исключено, что они будут именно такими.

Эти опыты помогают нам понять, почему такие социальные убеждения, как гендерные стереотипы, стереотипные представления об инвалидах или о представителях той или иной расы, могут стать самореализующимися убеждениями. Окружающие относятся к нам так же, как мы сами и другие люди относимся к ним.

Как и все прочие социальные феномены, тенденция, выражающаяся в том, что поведение окружающих подтверждает наши ожидания, имеет свои пределы. Нередко ожидания прогнозируют поведение просто потому, что они справедливы (Jussim, 1993). Кроме того, люди, заранее предупрежденные о том, какие надежды на них возлагают, могут стремиться превзойти ожидания (Hilton & Darley, 1985; Swann, 1978). Если Чак знает, что, по мнению Джэйн, у него «ветер в голове», он, возможно, захочет сделать все, чтобы опровергнуть это впечатление. Если Джэйн знает, что Чак не ждет от нее дружеского участия, она, возможно, постарается доказать ему обратное.

Проблема крупным планом. *Психология самореализующихся ожиданий и фондовая биржа*

Вечером 6 января 1981 г. Джозеф Грэнвилл, популярный во Флориде советник по инвестициям, телеграфировал своим клиентам: «Цена акций резко упадет. Завтра продайте». Информация Грэнвилла распространилась с молниеносной быстротой, и 7 января стало самым страшным днем во всей истории Нью-Йоркской фондовой биржи. По общему мнению, держатели акций потеряли не менее $40 миллиардов.

Около полувека тому назад Джон Мэйнард Кейнс сравнил подобную психологию фондовой биржи с популярными конкурсами красоты, которые проводили лондонские газеты. Победителем конкурса становился тот подписчик, кто выбирал из сотни лиц те шесть, на которых наиболее часто останавливали свой выбор остальные подписчики. В результате, как писал Кейнс, «каждый участник конкурса должен был выбрать не те лица, которые ему самому показались самыми привлекательными, а те, которые он считал наиболее вероятными “претендентами на внимание” других участников».

Аналогичным образом ведут себя и инвесторы: они предпочитают не те акции, которые привлекли их собственное внимание, а те, на которые «положат глаз» другие инвесторы. Эта игра называется «Предскажи поведение другого». Как сказал руководитель одного из Уолл-стритовских фондов, «вы можете соглашаться с точкой зрения Грэнвилла или не соглашаться с ней, но это не имеет принципиального значения». Если вы считаете, что его совет заставит других продать акции, то захотите продать свои прежде, чем цены упадут. Если вы полагаете, что другие будут акции покупать, вы — чтобы сбить ажиотаж — не станете откладывать свою покупку.

Психология самореализации, присущая фондовой бирже, в максимальной степени проявилась 19 октября 1987 г., когда индекс Доу-Джонса для акций промышленных компаний упал на 20%. Одним из непременных компонентов подобных обвалов является повышенное внимание средств массовой информации и всевозможных слухов к любым доступным плохим новостям, способным объяснить их. Став достоянием гласности, подобная аналитическая информация вызывает дальнейшее снижение

людских ожиданий, что, в свою очередь, провоцирует еще большее падение цен. Процесс можно направить и в противоположную сторон, если распространять хорошие новости, когда цены растут.

В апреле 2000 г. рынок энергоемких технологий вновь продемонстрировал психологию самореализации, которая на этот раз получила название «инвестирование, обладающее движущей силой». В течение двух лет акции активно раскупались (ибо цены на них росли), а затем люди начали поспешно избавляться от них (ибо цены стали падать). Подобные резкие колебания рыночной конъюнктуры — «иррациональное» бурление, бьющее через край, — за которыми следует крах фондовой биржи, являются, по словам экономиста Роберта Шиллера, преимущественно самогенерируемыми (Schiller, 2000).

По мнению Уильяма Свонна и Робина Илай, существует и иное условие, при котором мы, скорее всего, не оправдаем ожиданий, связываемых с нами другими: когда их ожидания входят в противоречие с нашей четкой Я-концепцией (Swann & Ely, 1984). Так, исследователи сообщают: когда «заядлую тусовщицу» интервьюировал человек, ожидавший увидеть перед собой интроверта, изменялось не поведение интервьюируемой, а представление о ней интервьюера. Напротив, неуверенные в себе интервьюируемые чаще всего оправдывают ожидания интервьюеров.

<Намерения человека спрятаны на дне бездонного колодца, но понимающий извлечет их на свет божий. *Притчи* 20:5>

Наши убеждения относительно самих себя тоже могут быть самореализующимися. То, что люди нередко реализуют прогнозы, сделанные ими относительно собственного поведения, было доказано Стивеном Шерманом в нескольких экспериментах (Sherman, 1980). Когда группе жителей города Блумингтона (штат Индиана) позвонили по телефону и спросили, не хотят ли они оказать помощь Американскому онкологическому обществу и безвозмездно отработать три часа, согласие изъявили лишь 4% опрошенных. Когда же звонили другим людям (эта вторая группа была сходна с первой) и просили спрогнозировать их реакцию на тот случай, если к ним обратятся с подобной просьбой, почти половина выразила готовность помочь. И они действительно помогли, когда Обществу понадобилась их помощь. Если у нас есть некий план относительно наших поступков в тех или иных обстоятельствах, вероятность того, что мы будем действовать в соответствии с ним, весьма велика.

Резюме

Иногда наши убеждения начинают жить собственной жизнью. Как правило, наши представления о других основаны на реальных фактах. Однако изучение таких феноменов, как предвзятость экспериментатора и ожидания педагога, показывает: ошибочное мнение, будто некоторые люди обладают выдающимися способностями (или совершенно лишены их), может привести к тому, что учителя и экспериментаторы станут выделять таких людей из общей массы, и в дальнейшем именно они добиваются наилучших (или плохих) результатов, подтверждая мнение, которое по сути своей является ложным. Точно так же и в повседневной жизни люди нередко демонстрируют именно то поведение, которого мы ждем от них, т. е. мы получаем бихевиоральное подтверждение того, что ожидаем.

Выводы

Как следует из результатов изучения социального познания, эффективность и адаптивность способности человека обрабатывать информацию чрезвычайно велика («Своей способностью проникать в суть вещей человек не уступает Богу!» — воскликнул шекспировский Гамлет), однако она предрасположена к прогнозируемым ошибкам и неверным суждениям («Голова набита соломой», — сказал Т. С. Элиот). Какие практические уроки мы можем извлечь из исследований социального познания и какие сведения о глубинной сути человеческой природы можно почерпнуть их них?

Выше мы уже рассмотрели некоторые причины возникновения у людей неверных убеждений. Просто отмахнуться от результатов экспериментов, доказывающих факт их существования, невозможно: их участники — интеллигентные люди, зачастую студенты самых известных

университетов. Более того, без этих предсказуемых искажений и предвзятостей не обходится и тогда, когда участникам экспериментов платят за правильные ответы, мотивируя их таким образом мыслить «в оптимальном режиме». Как сказал один из исследователей, эти иллюзии «не менее устойчивы, чем иллюзии восприятия» (Slovic, 1972).

Следовательно, результаты изучения когнитивной социальной психологии — это зеркало, в котором отражается человеческая природа, представленная общими усилиями литературы, философии и религии. Для многих ученых-психологов изучение необыкновенных способностей человеческого разума стало делом всей жизни. Мы настолько умны, что смогли расшифровать собственный генетический код, создать говорящие компьютеры и высадиться на Луне. Троекратное «Ура!» в честь человеческого разума!

<Дух свободы — это дух, который не слишком уверен в своей правоте; дух свободы — это дух, который стремится понять умонастроения других мужчин и женщин; дух свободы — это такой дух, который беспристрастно учитывает наряду с собственными и их интересы. *Ученый муж*, Дух свободы, 1952>

Впрочем, не троекратное, а только «двукратное», потому что именно из-за нашей веры в превосходную способность ума выносить правильные суждения наша интуиция недооценивается чаще, чем мы можем себе представить. Поразительно, с какой легкостью мы формируем и сохраняем неверные убеждения. Направляемые собственными предубеждениями, чрезмерно уверенные в себе, готовые поверить даже сомнительной информации, если она живо преподносится, видящие взаимосвязь там, где ее не может быть в принципе, мы создаем собственные социальные убеждения и влияем на других, чтобы подтвердить их. По словам писательницы Мадлен Л'Энгл, «обнаженный интеллект — исключительно несовершенный инструмент».

<Когнитивные ошибки... потому существуют в настоящем, что в прошлом они способствовали выживанию и репродукции человека. *Марти Хэйзелтон и Дэвид Басс*, эволюционные психологи, 2000>

Социальная психологии в моей жизни

Благодаря тому, что я знаю о существовании самореализующихся убеждений, мне удалось избежать разрыва с лучшим другом и направить спор с ним в другое русло. Мы уже готовы были наброситься друг на друга, когда меня осенило: ведь он же ждет от меня враждебности, а я веду себя так, что оправдываю его ожидания. И я буквально прикусила язык, а потом поделилась с ним своими соображениями, и он согласился со мной. Поняв, что мы ссорились, потому что оба исходили из ложных посылок, мы помирились и отправились праздновать это событие! Я поражена тем, как знание социальной психологии предотвратило разрушительную ссору и открыло новую дорогу к честности.

Джессика Холл, Hope College, 2001 г.

Но что, если эти эксперименты — не более чем интеллектуальные розыгрыши, задуманные и осуществленные для того, чтобы их жертвы, несчастные испытуемые, предстали менее привлекательными, чем они есть на самом деле? По мнению Ричарда Нисбетта и Ли Росса, если уж лабораторные опыты в чем и виноваты, так это в том, что они переоценивают силу нашей интуиции (Nisbett & Ross, 1980). Экспериментаторы обычно предъявляют испытуемым бесспорные доказательства и предупреждают их о том, что тестируются их мыслительные способности. «Вот тебе доказательство. А теперь пораскинь умом как следует и ответь на эти вопросы». В реальной жизни нам нечасто приходится слышать такое.

Проблема крупным планом. *Как думают журналисты: когнитивная предвзятость ньюсмейкеров*

«Такова ситуация на данный момент». Этими словами ведущий журналист телеканала *CBS* Уолтер Кронкайт завершает каждый выпуск новостей. Именно это и есть идеал, к которому стремится каждый репортер, — изображать реальность такой, какая она есть. В *Wall Street Journal* эта мысль выражена вполне конкретно: «Репортер никогда не должен идти на поводу у своих предубеждений, вновь и вновь пытаясь, где только можно, найти им подтверждения и игнорируя факты, опровергающие их. События, а не предубеждения — вот что должно быть во всех статьях от начала и до конца»

(Blundell, 1986, p. 25).

Мы бы тоже хотели, чтобы было именно так. «Но журналистам не чуждо ничто человеческое». Этими словами профессор журналистики Университета штата Индиана Холли Стокинг и нью-йоркский психолог-юрист Пэйджет Гросс завершают свою книгу «Как думают журналисты». Так же как дилетанты и ученые, они «конструируют реальность». А это значит, что можно обозначить как минимум шесть направлений, по которым когнитивные предубеждения, рассмотренные в этой главе, могут проявляться при «подаче» ими материала.

1. Предубеждения могут контролировать интерпретации. Как правило, журналисты «следуют за идеей», что в дальнейшем может повлиять на интерпретацию ими фактов. Если журналист полагает, что бездомность отражает неудачи программ, направленных на сохранение психического здоровья, он вполне может трактовать любую неоднозначную информацию именно с этих позиций, не принимая в расчет другие обстоятельства, осложняющие ситуацию.

2. Предубеждение против доказательств может подтолкнуть журналистов к тем источникам и к тем вопросам, которые подтвердят их предвзятые мнения. В надежде подготовить достойный новостной программы материал о пагубном влиянии радиации на потомство, он может сначала проинтервьюировать человека, разделяющего эту точку зрения, а потом того, кого тот порекомендует. Уверенный в том, что даже самую тяжелую инвалидность можно преодолеть, он может спросить у инвалида: «Как вам удалось справиться с трудностями, которые выпали вам на долю?». Считая, что тренера не любят, репортер может проинтервьюировать его гонителей и спросить у них, как он оскорбляет людей.

3. Стойкость убеждений может помешать журналисту расстаться с предвзятым мнением вопреки фактам. Когда в 1987 г. после скандала на Уолл-стрит, связанного с незаконными операциями с ценными бумагами, «алчный» Иван Боевски ждал решения суда, он хотел безвозмездно выполнять какую-либо работу, «нечто похожее на то, чем занимаются беловоротничковые мошенники, чтобы произвести впечатление на судей, которые будут выносить приговор», как пренебрежительно заметил один репортер. В то же самое время про политика, пойманного на лжи, если его действительно уважают, будет написано, что он «смутился» или «проявил забывчивость».

4. Броские сообщения могут показаться более информативными, нежели менее эффектная, но более объективная информация. На журналистов, как и на их читателей, более сильное впечатление может произвести живой рассказ об экстрасенсорном восприятии или о других психических явлениях, чем бесстрастное исследование. Они могут быть больше потрясены чьим-либо очевидным «исцелением» с помощью нового терапевтического метода, чем статистикой, свидетельствующей о достижениях терапии как таковой. После авиакатастрофы они могут начать описывать «опасности, подстерегающие пассажиров современных лайнеров», не замечая реальной статистики авиапроисшествий.

5. События могут восприниматься как связанные между собой, хотя на самом деле никакой связи нет. Какое-либо поразительное совпадение, например то, что одновременно трех спортсменов, принадлежащих к национальным меньшинствам, уличили в употреблении наркотиков, может подтолкнуть журналиста к поиску связи между расовой принадлежностью и наркоманией, хотя никаких свидетельств в пользу ее существования нет.

6. Хиндсайт может облегчить анализ после того, как событие уже произошло. Закончившаяся неудачей попытка освобождения американских заложников в Иране, предпринятая президентом Картером, «с самого начала была обречена на провал». Так говорили журналисты после того, как стало известно, что она закончилась неудачей. Про решения, которые почему-то не сработали, все говорят потом, что их никчемность была очевидна.

Завершая свою книгу, Стокинг и Гросс выражают сомнение в том, что журналисты и редакторы, которым приходится быстро обрабатывать большой объем информации, в принципе могут избежать проявлений иллюзорного мышления, пронизывающих человеческое сознание. Но с другой стороны, знакомство с разными формами проявления предвзятости может привлечь внимание журналистов к поиску способов борьбы с ней, в частности к поиску таких сведений и таких вопросов, ответы на которые могут противоречить их собственным представлениям; к тому, чтобы сначала искать статистическую информацию, а уже потом — яркий пример. Журналистам не следует также забывать и о том, что люди, действующие из самых лучших побуждений, принимают решения, ничего не зная об

их последствиях.

Некоторые наши повседневные ошибки несущественны, но не все. Неверные впечатления, интерпретации и убеждения могут иметь серьезные последствия. Если речь идет о важном социальном суждении, последствия даже незначительной предвзятости могут быть весьма значительны. Почему так много бездомных? Несчастных? Одержимых мыслью об убийстве? Любит ли мой друг меня или мои деньги? Когнитивные предубеждения проникают даже в изощренное научное мышление. Вряд ли человеческая натура изменилась за те 3000 лет, которые прошли с тех пор, как царь Давид сказал: «Никто не может увидеть своих ошибок».

Чтобы нам не поддаться искушению и не прийти к циничному выводу об абсурдности вообще всех убеждений, поспешу уравновесить картину. Сами по себе примеры тонкого анализа несовершенства нашего мышления — проявления человеческой мудрости. (Если бы кто-то задумал доказать, что человеческое мышление вообще иллюзорно, это утверждение опровергло бы себя само, поскольку и оно было бы всего-навсего иллюзией. Логически это было бы эквивалентно утверждению: «Все обобщения ложны, включая и это».)

Подобно тому как медики связывают с каждым органом человеческого тела выполнение определенной функции, так и ученые, изучающие поведение, считают полезным признать, что присущие нам образ мыслей и стиль поведения преимущественно адаптивны (Funder, 1987; Kruglanski & Ajzen, 1983; Swann, 1984). Правила мышления, которые приводят к ложным убеждениям и поразительным изъянам нашей статистической интуиции, обычно служат нам вполне исправно. Нередко эти ошибки становятся побочным продуктом тех методов, которые требуют от нашего разума наименьших затрат времени и сил, тех, что упрощают обрабатываемую нами сложную информацию.

Психолог Герберт Саймон, лауреат Нобелевской премии, принадлежит к числу современных ученых, которые впервые описали границы человеческого интеллекта. Он полагает, что мы упрощаем реальность потому, что иначе нам не «совладать» с нею. Представьте себе такую сложную игру, как шахматы: партий, которые можно разыграть, больше, чем частиц во Вселенной. Так как же мы справляемся с реальностью? Мы прибегаем к помощи упрощающих эмпирических приемов — к помощи эвристики. Иногда эвристика подводит нас, и мы терпим поражение. Однако чаще она помогает нам формировать быстрые и эффективные суждения.

Из полезной эвристики, благодаря которой мы выживаем, может возникнуть и иллюзорное мышление. Человек, убежденный, что он в состоянии контролировать события, не теряет надежды и не опускает рук. Выходят ли события из-под контроля или нет, позитивное мышление помогает нам добиваться оптимальных результатов. Оптимизм приносит дивиденды. Можно даже сказать, что наши убеждения похожи на научные теории: порой они ошибочны, но в общем — полезны. Как говорит социальный психолог Сьюзн Фиске, «за мыслью следует дело» (Fiske, 1992).

<Лишив обывателя его жизненных иллюзий, вы лишите его и счастья. *Генрик Ибсен*, Дикая утка, 1884>

Раз уж мы постоянно стремимся к совершенствованию своих теорий, не могли бы мы также уменьшить и количество ошибок в нашем социальном мышлении? В школах преподаватели учат, учат, учат нас арифметике до тех пор, пока мозг не натренируется настолько, что начнет обрабатывать числовую информацию автоматически и безошибочно. Мы согласны, что подобная способность не дается нам от. рождения — иначе зачем было бы тратить столько лет на учебу? Психолог-исследователь Робин Доус, пришедший в ужас от того, что «одно исследование за другим подтверждает ограниченность наших возможностей обрабатывать информацию на уровне сознания, и прежде всего — социальную информацию», полагает, что обработке социальной информации нужно учить так же настойчиво, как учат арифметике (Dawes, 1980).

Ричард Нисбетт и Ли Росс убеждены в том, что специальное обучение может «повысить наш иммунитет» против ошибок определенного рода (Nisbett & Ross, 1980). Они предлагают:

— обучать людей распознавать вероятные источники ошибок в их собственной социальной интуиции и тренировать их в этом умении;

— создавать курсы статистики и изучать на них проблемы логических и социальных суждений, возникающие в повседневности. Люди, получившие подобную подготовку, на самом деле правильнее

судят о событиях реальной жизни (Lehman et al., 1988; Nisbett et al., 1987);

— сделать подобное обучение максимально эффективным за счет широкого использования конкретных, ярких примеров и историй из повседневной жизни;

— обучать запоминающимся и полезным формулировкам, таким, например, как «Это эмпирический вопрос», «Где ты это откопал?» или «Ты можешь полагаться на статистику, но удачно выбранный пример лучше».

Резюме

Изучение социальных убеждений и суждений позволяет нам понять механизм формирования и сохранения убеждений, которые в большинстве случаев вполне исправно служат нам, но порой становятся причиной заблуждений. Подобно тому как зрительные иллюзии — побочный продукт перцептивных механизмов, помогающих нам систематизировать сенсорную информацию, наши ошибочные суждения — это побочный продукт мыслительных стратегий (эвристики), которые обычно не подводят нас. Но от этого они не перестают быть ошибками — ошибками, которые способны сделать наше восприятие реальности искаженным, а суждения об окружающих — пристрастными.

Постскриптум автора

Размышления о силе и слабостях интуиции

Можно ли сказать, что результаты изучения гордыни и ошибок унижают достоинство человека? Разумеется, мы вправе сокрушаться по поводу горькой правды о несовершенстве рода человеческого, но это не должно мешать нам радоваться более тому, что люди — нечто большее, чем машины. Наш субъективный опыт — основа нашей человечности — нашего искусства и нашей музыки, тех радостей, которые приносят нам дружба и любовь, наши тайные и религиозные переживания.

Когнитивные и социальные психологи, изучающие иллюзорное мышление, не ставят перед собой цель превратить нас в бесчувственные логические машины. Им известно, что эмоции обогащают человеческий опыт, а интуиция — мощный источник творческих идей. Однако они «возвращают нас с небес на землю», напоминая о том, что наша предрасположенность к ошибкам делает очевидной потребность в дисциплинирующем мысль тренинге. Норман Казинс назвал этот вывод «самой большой правдой об обучении, которая заключается в том, что назначение последнего — “открыть” человеческий разум и превратить его в орган, способный мыслить концептуально, аналитически и последовательно» (Cousins, 1978).

<Создавая эти проблемы, мы не собирались никого дурачить. Наши проблемы одурачили и нас самих тоже. *Эймос Тверски*, 1985>

Достижения исследователей ошибок и иллюзий социального мышления напоминают нам: «Не суди!» — и призывают не зазнаваться, а помнить о том, что нам свойственно выносить ошибочные суждения. Они также вдохновляют нас на то, чтобы не бояться высокомерия тех, кто не замечает собственной предрасположенности к предвзятости и ошибкам. Мы, люди, — очень умные создания, но нам свойственно ошибаться; нам многое дано, но не все.

Подобное смирение и сомнение в безграничных возможностях человека составляют сущность как религии, так и науки. Не приходится удивляться тому, что многие из основоположников современной науки были религиозными людьми, чьи убеждения обусловили их смирение перед природой и скептицизм в отношении могущества человека (Hooykaas, 1972; Merton, 1938). Наука немыслима без взаимодействия интуиции и тщательного эксперимента, творческого озарения и скептицизма. Чтобы отличить действительность от иллюзий, нужны и непредвзятая любознательность, и холодный расчет. Подобный подход — хорошая основа для восприятия всех сторон жизни: полезно быть любознательным, но не доверчивым, открытым, но самостоятельным в суждениях, иметь критический ум, но не становиться циником.

Глава 4. Поведение и установки

Табачная промышленность индустриально развитых стран ежегодно убивает 3,5 миллиона самых стойких потребителей их продукции, т. е. примерно 10000 человек в день (ВОЗ, 1997). По данным Всемирной организации здравоохранения, если эта динамика сохранится, курение станет причиной смерти *500 миллионов* наших современников. Так, в США ежегодно погибают 420 000 курильщиков, что превышает общее количество жертв убийств, самоубийств, СПИДа, дорожно-транспортных происшествий, наркомании и алкоголизма. Известно, что человек, оказавший «помощь» самоубийце в решающий момент, может быть признан преступником, однако табачные компании, участвующие в медленном самоубийстве тысяч людей, таковыми не считаются.

Люди недоумевают: если число жертв табачной индустрии равно числу жертв 14 катастроф заполненных пассажирами реактивных лайнеров (без учета данных о странах третьего мира, которые представляют собой огромный, но трудно поддающийся контролю рынок сбыта табачной продукции), то как их руководители могут не испытывать мук совести? Топ-менеджеры концерна *Philip Morris*, одного из двух мировых табачных гигантов, отнюдь не обыватели, а преимущественно интеллигентные, преданные своим семьям граждане, протестуют против того, чтобы их называли «серийными убийцами». Они были крайне недовольны, когда бывший министр здравоохранения США Эверетт Си Куп назвал их «бандой, которая в течение тридцати лет обманывала нас и морочила нам голову» (Koop, 1997). Более того, они защищают право курильщиков на выбор. «По-вашему, это вредная привычка? — спрашивает один из вице-президентов. — Я не согласен с вами. Люди выражают свою индивидуальность и протест против общества разными способами. И курение — один из них» (Rosenblatt, 1994).

Социальных психологов интересует вопрос: отражают ли подобные заявления личные установки тех, кто их делает? Если эти руководители действительно считают, что курение — относительно безвредный способ выражения индивидуальности, то как подобные установки усваиваются окружающими? Или эти заявления отражают социальное давление, т. е. руководители вынуждены говорить то, во что сами не верят?

Когда люди спрашивают о чьих-то установках, они имеют в виду убеждения и чувства, возникающие в связи с каким-нибудь человеком или событием и, как следствие, готовность вести себя определенным образом. Взятые вместе, благоприятные или неблагоприятные оценочные реакции на что-либо, независимо от того, в какой форме он выражены (в форме убеждений, чувств или готовности к действиям), определяют **установку** человека (Olson & Zanna, 1993). Установки — эффективный способ оценки мира. Когда нам нужно быстро отреагировать на что-то, чувство, которое это «что-то» вызывает у нас, способно направить нашу реакцию. Например, человек, убежденный, что представители данного этноса ленивы и агрессивны, может испытывать к ним антипатию и совершать по отношению к ним дискриминационные поступки. Оценивая установки, мы обращаемся к одному из следующих трех параметров: чувствам, действиям, мыслям.

Изучение установок близко существу социальной психологии и было одним из первых объектов ее внимания. Исследователей всегда интересовало, в какой мере наши установки влияют на наши поступки.

Определяют ли установки поведение

В какой мере и при каких условиях наши внутренние установки направляют те действия, которые можно наблюдать со стороны? Почему социальных психологов поначалу поразила показавшаяся им слабой связь между установками и поведением?

Спросить, определяют ли установки поведение, — значит задать ключевой вопрос: какова связь между тем, *каковы* мы (как мы себе представляем), и тем, что мы *делаем* (какими мы предстаем)? Связь между мыслью и действием, характером и поведением, внутренним миром человека и его общественными деяниями в течение длительного времени привлекала внимание философов, теологов и просветителей. В основе большинства учений, подходов к консультированию и методик воспитания детей лежит мысль о том, что наше поведение в обществе определяется нашими убеждениями и чувствами, и для того, чтобы изменить поведение, нужно изменить сердце и разум.

Разве все мы — лицемеры?

Изначально социальные психологи сошлись на том, что знание установок людей позволяет прогнозировать их поведение. Однако в 1964 г. Лион Фестингер, которого многие считают ученым, внесшим наиболее существенный вклад в социальную психологию (Gerard, 1994), пришел к следующему выводу: свидетельства в пользу того, что изменение установок приводит к изменению поведения, *отсутствуют*. По мнению Фестингера, все как раз наоборот: наше поведение — это лошадь, а установки — телега. Как сказал Роберт Эйбелсон, мы «очень хорошо обучены и прекрасно обосновываем любые свои поступки, но не очень хорошо делаем то, что можем обосновать» (Abelson, 1972).

{**Установки и действия.** Многие спортивные мероприятия, призванные пропагандировать здоровый образ жизни, спонсируются производителями такой вредной для здоровья продукции, как сигареты (вовремя этих спортивных мероприятий на хорошо видных местах размещаются рекламные щиты спонсоров-производителей сигарет). Да и сами рекламы противоречивы: бравый ковбой, «лицо» компании *Marlboro*, соседствует с обращением министра здравоохранения, предупреждающего о вреде курения}

Очередной удар по предполагаемому всевластию установок был нанесен в 1969 г. социальным психологом Алланом Уикером. Проведя метаанализ нескольких дюжин исследований, объектами которых были разные люди, установки и действия, он пришел к шокирующему выводу: вряд ли можно предсказывать поведение людей на основании тех установок, которые они формулируют (Wicker, 1969). Оказалось, что отношение студентов к обману мало связано с тем, станут ли они обманывать в реальной жизни. Отношение к церкви весьма относительно связано с посещением церкви в конкретный воскресный день. Сообщение о расовых установках слабо прогнозирует поведение человека в конкретных ситуациях.

<Прародителем любого действия является мысль. *Ральф Уолдо Эмерсон*, Эссе. Первый выпуск, 1841>

Именно этот разрыв между установками и действиями был назван Даниэлем Бэтсоном и его коллегами «моральным лицемерием», т. е. претензией на обладание такими моральными качествами, которых на самом деле нет (Batson et al., 1997, 1999). Авторы провели исследование. Участникам его, студентам университета, предлагалось задание, за выполнение которого можно было получить вознаграждение (лотерейные билеты на сумму до $30 долларов), или задание, не сулившее никакого вознаграждения. Участники должны были выбрать одно из них лично для себя и другое — для некоего предполагаемого испытуемого. Хотя только 1 из 20 участников открыто сказал то, что наиболее нравственный поступок — «взять себе оплачиваемую работу», однако 80% поступили именно так. В проведенном затем эксперименте (в нем основное внимание исследователей было сосредоточено именно на моральном лицемерии) участникам предлагалось, при желании, решить вопрос распределения заданий с помощью монетки, бросив ее так, чтобы никто, кроме них, этого не видел. Даже среди тех, кто согласился бросить жребий, количество решивших проблему выбора в свою пользу составило 90%! Может быть, причина в том, что они как-то «хитрили», подбрасывая монетку? Даже после того как экспериментаторы решили сделать на обеих сторонах монет наклейки, обозначавшие разные варианты, 24 участникам из 28, бросавших монеты, «выпало» выгодное задание. В борьбе нравственности с алчностью победила алчность.

Коль скоро поступки людей не соответствуют их словам, не приходится удивляться тому, что попытки изменить поведение через изменение установок нередко заканчиваются неудачами. Информация о вреде курения лишь незначительно воздействует на тех, кто уже пристрастился к нему. Когда общество осознало, что демонстрация сцен насилия на телеэкране оказывает негативное воздействие на аудиторию, многие высказались в пользу более гуманных программ, но это не мешает им смотреть «медиа-убийства» с прежней регулярностью. Призывы к безопасному вождению автомобиля оказали на статистику дорожно-транспортных происшествий значительно менее заметное влияние, чем снижение предельных скоростей, введение в эксплуатацию скоростных шоссе с односторонним движением и штрафные санкции за вождение в пьяном виде (Etzioni, 1972).

В то время как Уикер и другие описывали слабое воздействие установок, специалисты в области

психологии личности нашли, что анализ личностных черт столь же неэффективен для прогноза поведения (Mischel, 1968). Если мы хотим узнать, будет от человека толк или нет, тесты самооценки, тревожности и способности к самозащите практически ничего не дадут нам. Мы лучше узнаем о том, как большинство людей действует, если обратимся к ситуации, в которой требования обозначены достаточно четко.

<Неплохо бы вообще расстаться с концепцией установки. *Аллан Уикер*, 1971>

В конечном итоге, по мере развития представлений о том, что именно определяет поведение, на передний план вышли внешние социальные влияния, «переигравшие» такие внутренние характеристики, как установки и личностные качества. В 60-е гг. XX в. на смену изначальному тезису — «Установки определяют поведение» пришел антитезис — «Установки не определяют ничего». Тезис. Антитезис. Может быть, истина посередине? Узнав, что *поступки* людей часто расходятся с их *словами*, и удивившись этому, социальные психологи активно занялись поиском ответа на вопрос, почему так происходит. Конечно, рассуждали мы, убеждения и чувства *должны* порой отличаться друг от друга.

Действительно, все это представляется столь очевидным, что остается только удивляться: как это никто из социальных психологов (включая и меня самого) не думал в подобном ключе вплоть до начала 1970-х гг.? И я могу только напомнить самому себе, что истина начинает казаться очевидной лишь после того, как мы узнаем ее.

При каких условиях установки прогнозируют поведение?

Наше поведение и наши выраженные установки потому отличаются друг от друга, что и то и другое подвержено влиянию разных обстоятельств. Один социальный психолог насчитал 40 разных факторов, осложняющих их взаимосвязь (Triandis, 1982; см. также: Kraus, 1995). Что произойдет, если устранить все прочие источники влияния на поведение? Будут ли установки предсказывать поведение? Давайте посмотрим.

Минимизация социальных влияний на выраженные установки

В отличие от врача, который всегда может определить частоту пульса, социальные психологи никогда не имели «прямого доступа» к установкам и вынуждены были довольствоваться измерением *выраженных* установок. Однако действия, выражающие установки, как и другие проявления поведения, подвержены внешним влияниям. Это наглядно продемонстрировала Палата представителей Конгресса США: сначала ее члены при тайном голосовании подавляющим большинством голосов приняли закон о повышении собственного жалованья, а затем, буквально через несколько минут, при поименном голосовании столь же решительно отклонили его: боязнь критики не позволила большинству конгрессменов проголосовать так, как того требовало их истинное отношение к обсуждаемому законопроекту. Иногда мы говорим именно то, что, по нашему мнению, окружающие хотят слышать от нас.

Зная, что люди не очень склонны к откровенности, социальные психологи давно мечтали о том, чтобы «добраться до сердца каким-нибудь окольным путем». Таким «обходным путем» и является разработанный Эдвардом Джоунсом и Гарольдом Сигалом **метод мнимого источника информации**, предназначенный для того, чтобы обманным путем «выуживать» из людей их истинные установки (Jones, Sigall, 1971). В 1971 г. Сигал (вместе с Ричардом Пейджем) провел эксперимент, в котором приняли участие студенты Рочестерского университета. Испытуемые удерживали заблокированный руль, с помощью которого после отключения блокировки могли поворачивать стрелку налево в случае несогласия или направо в случае согласия. Когда к рукам студентов прикреплялись электроды, псевдомашина якобы начинала измерять даже очень слабые мышечные сокращения, «сообщая» таким образом манометру о намерении испытуемых повернуть руль влево (несогласие) или вправо (согласие). Продемонстрировав испытуемым это «чудо техники», экспериментатор задал им несколько вопросов. Через несколько мгновений, в течение которых машина гудела и вспыхивал яркий свет, на табло возникал ответ — установка испытуемого, бывшая на самом деле не чем иным, как установкой, выраженной им раньше, при проведении опроса, о котором все уже успели благополучно забыть. Чистота эксперимента ни у кого не вызвала сомнений.

Когда стало ясно, что экспериментатор убедил испытуемых, «измеритель установок» был спрятан и студентов спросили об их отношении к афроамериканцам, попросив одновременно догадаться о том, что «выдаст измеритель». И как же, по-вашему, ответили эти белые студенты? По сравнению со своими товарищами, заполнявшими стандартные опросники, участники эксперимента продемонстрировали более негативные установки. Если участники письменного опроса признавали афроамериканцев более чувствительными (менее толстокожими), чем остальные американцы, то участники эксперимента Сигала и Пейджа высказали диаметрально противоположное суждение. Скорее всего, ход их мыслей был примерно таким: «Пожалуй, я лучше скажу правду, а то еще решат, что я не в ладу с самим собой».

Подобные результаты позволяют предположить, почему люди, которые сначала убедились в том, что детектор лжи «работает», в дальнейшем дают правдивые показания (значит, детектор лжи действительно работает!). Они также предлагают одно возможное объяснение слабости связи между установкой и поведением: в реальных обстоятельствах, подобных тем, с которыми сталкиваются топ-менеджеры табачных концернов и политики, люди иногда выражают установки, которых в глубине души не разделяют.

Минимизация других влияний на поведение

При любых обстоятельствах нами руководят не только наши внутренние установки, но и сама ситуация, в которой мы оказываемся. В главах с 5-й по 8-ю мы еще не раз будем говорить о том, что социальные влияния могут быть чрезвычайно сильными, настолько сильными, что люди вынуждены поступаться своими глубочайшими убеждениями. Помощники президента могут совершать поступки, которые они сами считают неверными. Военнопленные могут лгать, чтобы задобрить тех, кто держит их в плену. Ближайший ученик Иисуса Христа, Петр, отрицал даже сам факт знакомства с ним.

<Я противоречу самому себе? Очень хорошо, что это так (Я — значителен, во мне много разных Я). *Уолт Уитмен*, Песнь о себе, 1855>

Итак, может ли *усреднение* многих случаев позволить нам более точно определить влияние наших установок? Предсказывать поведение людей — все равно что предсказывать направление удара бейсболиста или игрока в крикет. Предсказать исход любого конкретного момента игры практически невозможно, поскольку он зависит не только от бэттера [Игрок, отбивающий мяч. — *Примеч. перев.*], но и от питчера [Игрок, подающий мяч. — *Примеч. перев.*] и от случайностей. Усредняя игровые моменты, мы нейтрализуем эти осложняющие ситуацию факторы. Но, зная игроков, мы можем предсказать их *возможный* результат.

Результаты одного исследования свидетельствуют о том, что на основании общего отношения людей к религии трудно предсказать, пойдут ли они в церковь на следующей неделе (поскольку на этот поход могут повлиять и погода, и проповедник, и самочувствие, и многое другое). Однако религиозные установки достаточно хорошо могут предсказать общее количество религиозных отправлений за определенный промежуток времени (Fishbein & Ajzen, 1974; Kahle & Berman, 1979). Подобные наблюдения и помогли сформулировать *принцип совокупности:* влияние установки на поведение становится более очевидным, если мы принимаем во внимание не отдельные поступки человека, а его совокупное, или обычное, поведение.

Изучение установок, релевантных поведению

Известны и другие условия, при которых прогностическая точность установок повышается. Как отмечают Айзек Эйджен и Мартин Фишбейн, когда измеряется некая общая установка (например, отношение к выходцам из стран Азии), а поведение весьма специфично (например, принятие решения о том, помогать или нет конкретному азиату), не следует ждать тесной корреляции между словами и делами (Ajzen & Fishbein, 1977; Ajzen, 1982). Справедливость этого утверждения, по данным Эйджена и Фишбейна, подтверждается тем, что в 26 из 27 рассмотренных ими исследований установки испытуемых не прогнозировали их поведения. Однако они предсказывали поведение в 26 исследованиях, которые авторы смогли найти и в которых измеряемая установка была непосредственно связана с ситуацией. Следовательно, принципиальное отношение к концепции «здорового образа

жизни» как к таковой плохо прогнозирует конкретные действия в отношении физкультуры и диеты. Более вероятно другое: бегают люди трусцой или нет, зависит от оценки ими затрат на это мероприятие и выгод, которое оно сулит.

<Думать легко, действовать трудно, но труднее всего на свете претворить мысли в дела. *Иоганн Вольфганг Гёте* (1749-1832)>

Дальнейшее изучение этой проблемы — всего было выполнено более 500 исследований — подтверждает вывод о том, что конкретные, релевантные установки действительно прогнозируют поведение (Six & Eckes, 1996; Wallace et al., 1996). Например, отношение к презервативам надежно прогнозирует их использование (Sheeran et al., 1999). Отношение человека к переработке отходов и к получению из них полезных вещей (а не вообще к проблеме охраны окружающей среды) прогнозирует его участие в соответствующих программах (Oskamp, 1991). Вместо того чтобы убеждать людей избавляться от вредных привычек вообще, полезнее попытаться изменить их отношение к *конкретным* действиям.

{Более точный прогноз относительно того, будут ли люди бегать трусцой, может быть сделан не на основании их отношения к здоровому образу жизни вообще, а на основании их отношения к его конкретному проявлению — бегу трусцой}

Итак, мы рассмотрели два условия, при которых установки надежно прогнозируют поведение: 1) когда мы минимизируем другие влияния на выраженные установи и на поведение; 2) когда установка специфична и релевантна наблюдаемому поведению. Но есть и третье условие: установка может прогнозировать поведение тогда, когда она достаточно сильна.

Как усилить установки?

Когда мы действуем автоматически, наши установки чаще всего не дают о себе знать. Мы реализуем знакомые сценарии, не задумываясь над тем, что делаем. Встречаясь со знакомыми в коридоре, мы на ходу бросаем им: «Привет!» На вопрос кассира в кафе «Вам понравилось?» мы отвечаем утвердительно, даже если еда показалась нам безвкусной. Подобные автоматические реакции адаптивны. Они освобождают наш мозг для других дел. Как утверждает философ Альфред Норт Уайтхед, «прогресс проявляется в том, что увеличивается количество операций, которые мы можем выполнять, не задумываясь над ними». Но когда мы действуем «в режиме автопилота», наши установки «спят». При совершении таких привычных поступков, как пристегивание ремня безопасности, кофепитие или посещение занятий, сознательные намерения, скорее всего, не активизируются (Quellette & Wood, 1998).

<Никто не сомневается в том, что гармония слова и дела — это чудесная гармония. *Мишель Монтень*, Опыты, 1588>

Доведение установок до сознания. В новой ситуации наши действия уже не столь автоматичны: не имея готового сценария, мы вынуждены сначала думать, а уж потом действовать. Если побудить людей задуматься над своими установками, прежде чем они начнут действовать, будет ли их поведение больше соответствовать последним? Марк Снайдер и Уильям Свонн задались целью ответить именно на этот вопрос (Snyder & Swann, 1976). Через две недели после того, как 120 их студентов из Университета штата Миннесота сформулировали свое отношение к политике государства, направленной на искоренение дискриминации на рынке труда, Снайдер и Свонн пригласили их сыграть роль присяжных на процессе по иску о дискриминации по половому признаку. Только те студенты «вынесли приговоры», соответствующие их установкам, которым сначала напомнили о необходимости «систематизировать собственные мысли о дискриминации на рынке труда и взгляды на эту проблему» и предоставили возможность это сделать. Наши установки руководят нашим поведением, если мы задумываемся над ними.

Люди с развитым самосознанием обычно не теряют связи со своими установками (Miller & Grush, 1986). Следовательно, второй способ заставить людей концентрировать внимание на внутренних убеждениях, заключается в том, чтобы научить их осознавать свои действия, возможно, стоя перед зеркалом (Carver & Scheier, 1981). Может быть, вам знакомо это чувство внезапного осознания себя, которое возникает, когда входишь в комнату с большим зеркалом? Когда люди осознают себя, связь между словом и делом становится более прочной (Gibbons, 1978; Froming et al., 1982).

Эдвард Динер и Марк Уоллбом отмечают, что едва ли не все студенты университета считают обман аморальным (Diener & Wallbom, 1976). Но станут ли они следовать совету шекспировского героя, Полония, и будут ли искренними с самими собой? Якобы для определения *IQ*, Динер и Уоллбом дали студентам Вашингтонского университета задание — решение анаграмм — и сказали, что когда прозвенит звонок, работа должна быть прекращена. Большая часть оставленных без присмотра испытуемых (71%) обманули экспериментатора: они продолжали работать и после звонка. Среди студентов, для которых были созданы условия, благоприятствующие самоосознанию (они работали перед зеркалом, слушая свой собственный голос, записанный на пленку), количество обманщиков не превысило 7%. В связи с этим возникает вопрос: чаще ли покупатели станут вспоминать о том, что воровство — грех, если в магазинах установят зеркала на таком уровне, чтобы они могли видеть в них свои глаза?

<Легче читать проповеди о добродетели, чем быть добродетельным. *Ларошфуко*, Максимы, 1665>

Помните описанное выше изучение морального лицемерия, выполненное Бэтсоном? Результаты заключительного эксперимента, проведенного Бэтсоном и его коллегами, подтверждают: зеркала действительно приводят поведение в соответствие с выраженными установками (Batson et al., 1999). Люди, бросавшие монетку перед зеркалом, проявляли при этом чрезвычайную щепетильность. Ровно 50% осознавших себя испытуемых выбрали для второго участника «выгодное» задание.

Опыт как источник силы установок. Сила установок зависит и от того, как мы их приобретаем. Результаты серьезных исследований, выполненных Расселом Фазио и Марком Занной, позволяют сделать следующий вывод: если установки являются следствием опыта, вероятность того, что они сохранятся надолго и будут направлять поведение, значительно возрастает (Fazio & Zanna, 1981). В ходе одного из экспериментов исследователям, не подозревая об этом, помог Корнеллский университет. Финансовые проблемы заставили администрацию университета временно, на несколько недель, поселить некоторых первокурсников в общих спальнях, в то время как другие студенты блаженствовали в относительно комфортных отдельных комнатах.

В ходе опроса, проведенного Деннисом Реганом и Ризеллом Фазио, студенты из обеих групп выразили одинаково негативное отношение и к ситуации, сложившейся в общежитии, и к решению, принятому администрацией (Regan & Fazio, 1977). Когда же им была предложена возможность действовать в соответствии со своими установками — подписать петицию и собрать подписи других студентов, вступить в комитет, изучающий ситуацию, или написать ходатайство, — ею воспользовались лишь студенты, ставшие жертвами временного размещения, т. е. люди, чьи установки сформировались на основе личного опыта. Но это еще не все. По сравнению с пассивно сформировавшимися установками установки, закаленные в горниле опыта, более осмысленны, более определенны, более стабильны, менее подвержены внешним влияниям, более доступны и более насыщены эмоциями (Millar & Millar, 1996; Sherman et al., 1983; Watts, 1967; Wu & Shaffer, 1987).

Подводя итог, можно сказать, что связь между выраженными установками и поведением зависит от обстоятельств и может варьировать в широких пределах — от полного ее отсутствия до очень сильной (Kraus, 1995). Наши установки прогнозируют наше поведение, если:

— другие влияния минимальны;

— установка специфична для данного поведения;

— установка усилена, т. е. если что-то напомнило нам о ней или если она была приобретена таким образом, который гарантирует ее силу.

Кажутся ли эти условия очевидными? Может быть, трудно не поддаться соблазну и не подумать, что мы и «раньше это знали». Однако помните: в 1970 г. они казались исследователям отнюдь не очевидными, как не казались очевидными и студентам одного из университетов Германии, которых попросили предугадать опубликованные результаты изучения связи между установками и поведением (Six & Krahe, 1984).

Резюме

Как наши внутренние установки связаны с поведением, за которым можно наблюдать? Социальные психологи согласны с тем, что установки и поведение взаимно подпитывают друг друга.

Народная мудрость подчеркивает влияние установок на поведение. Но установки, обычно определяемые как чувства по отношению к какому-либо объекту или человеку, нередко на удивление плохо прогнозируют поведение. Более того, изменение установок, как правило, не приводит к заметным переменам в поведении людей. Эти открытия заставили социальных психологов обратиться к поиску ответа на вопрос, почему у нас слова так часто расходятся с делами. Ответ был найден, и он заключается в следующем: и наши выраженные установки, и наше поведение подвержены многочисленным влияниям.

Наши установки могут прогнозировать наше поведение при следующих условиях: 1) если эти «другие влияния» минимизированы; 2) если установка в большой степени релевантна прогнозируемому поведению (как в исследованиях голосований); 3) если установка сильная (либо потому, что что-то напомнило нам о ней, либо потому, что она сформировалась в результате нашего собственного опыта). Таковы условия, при которых существует связь между тем, что мы думаем и чувствуем, и тем, что мы делаем.

Определяет ли поведение установки?

Если социальная психология за последние 25 лет и научила нас чему-нибудь, так это тому, что мы не только способны действовать сообразно своим мыслям, но и мыслить сообразно своим действиям. Какими доказательствами в пользу этого утверждения мы располагаем?

Сейчас мы обращаемся к идее, которая кажется еще более невероятной. Суть ее заключается в том, что установки зависят от поведения. Известно, что мы защищаем порой то, во что верим, но можно ли говорить, что, защищая что-либо, мы начинаем в это верить? (рис. 4.1).

Рис. 4.1. Установки и действия порождают друг друга, подобно курице и яйцу

Бо́льшая часть исследований, результаты которых послужили основанием для этого вывода, вызвана к жизни социально-психологическими теориями, однако прежде чем приступить к их рассмотрению, давайте сначала выясним, что именно нуждается в объяснении. Читая о тех фактах, которые доказывают, что поведение влияет на установки, представьте себе, что вы — теоретик. Подумайте о том, почему поступки влияют на установки, а затем сравните свои объяснения с объяснениями, предложенными социальными психологами.

Подумайте над следующими фактами:

— Сару ввели в состояние гипноза и сказали, что когда книга упадет на пол, она должна снять туфли. Спустя 15 минут книга падает, и Сара не спеша сбрасывает мокасины. «Сара, — спрашивает гипнотизер, — почему ты сняла туфли?» — «Я... Ногам жарко, и они устали, — отвечает Сара. — У меня сегодня был трудный день». Действие рождает мысль.

— В мозг Джорджа, в тот его участок, который «отвечает» за движения головы, на время имплантированы электроды. Когда нейрохирург Хосе Дельгадо с помощью пульта дистанционного управления стимулирует их, Джордж всегда поворачивает голову. Ничего не зная об этой стимуляции, он предлагает правдоподобное объяснение происходящего: «Я ищу шлепанцы», «Мне послышался какой-то шум», «Мне неспокойно», «Я заглядывал под кровать» (Delgado, 1973).

<Мысль — дитя действия. *Бенджамин Дизраэли*, Вивиан Грэй, 1826>

— Кэрол страдала от тяжелейших приступов боли, и, чтобы избавить ее от них, ей была сделана

операция по разделению полушарий мозга. Во время эксперимента, который проводил психолог Майкл Газзанига, в левой части поля зрения Кэрол «вспыхивало» изображение обнаженной женщины, и сигнал поступал в правое, невербальное полушарие (Gazzaniga, 1985). На лице Кэрол появлялась робкая улыбка, и она начинала хихикать. Когда ее спрашивали о причине, она придумывала правдоподобное объяснение, в которое, судя по всему, сама верила: «Очень смешная машина». Фрэнку, перенесшему аналогичную операцию, в режиме вспышки демонстрировали слово «улыбка». Когда сигнал поступал в невербальное правое полушарие, он подчинялся и «выдавливал» из себя улыбку, которую объяснял так: «Уж больно смешной эксперимент!»

Психические последействия нашего поведения на самом деле проявляются также и во многих социально-психологических феноменах. Приводимые ниже примеры иллюстрируют силу самоубеждения — установок, возникающих в результате действий.

Исполнение ролей

Слово **«роль»** заимствовано из театра и, как и в театре, означает действия, ожидаемые от тех, кто занимает определенное социальное положение. Приступая к исполнению новой социальной роли, мы поначалу можем испытывать неловкость, однако это чувство быстро проходит.

Вспомните то время, когда вы сами начали выступать в какой-нибудь новой роли — первый день на работе или в колледже, первое появление в женском клубе или в общине. Так, на первой неделе жизни в кампусе вы можете быть сверхчувствительны к своей новой социальной ситуации, мужественно стараться вести себя надлежащим образом и «вырвать с корнем» привычки, принесенные из средней школы. В такие периоды мы осознаем себя. Мы следим за своими новыми словами и действиями, потому что они непривычны для нас. Но в один прекрасный день мы с удивлением замечаем, что энтузиазм по поводу женского клуба или псевдоинтеллектуальная беседа более не воспринимаются нами как нечто чуждое нам и навязанное извне. Новая роль стала такой же «удобной» и привычной для нас, как ношеные джинсы и футболка.

<Никто в течение достаточно продолжительного времени не может быть одним человеком — для себя и другим — для всех остальных, без того чтобы в конце концов не перестать понимать, каков же он на самом деле. *Натаниел Готорн*, 1850>

В одном эксперименте мужчинам-добровольцам, студентам и сотрудникам Стэнфордского университета, предложили «посидеть» в «тюрьме», созданной на факультете психологии Филипом Зимбардо (Zimbardo, 1971; Haney & Zimbardo, 1998). Зимбардо интересовало, является ли тюремная жестокость следствием дьявольских наклонностей преступников и злонамеренных охранников или сами по себе роли охранника и заключенного как таковые способны озлобить даже не склонных к насилию людей. Виноваты ли люди в том, что тюрьма — это место, в котором царствует жестокость? Или люди жестоки потому, что находятся в тюрьме?

Итак, бросив монетку, Зимбардо назначил некоторых добровольцев на роль охранников. Он выдал им униформу, дубинки, свистки и сказал, что они должны требовать исполнения всех правил. Остальных участников эксперимента, «заключенных», облачили в унижающую человеческое достоинство одежду и заперли в камеры. Первый день прошел весело: все были поглощены игрой, однако затем наступило отрезвление: не только охранники и заключенные, но даже сами экспериментаторы оказались заложниками ситуации. Охранники начали унижать заключенных, а некоторые придумали жестокие и оскорбительные порядки. Заключенные отреагировали на это по-разному: кто — бунтом, а кто — апатией. По словам Зимбардо, возникла «все разраставшаяся пропасть между реальностью и иллюзией, между исполнением роли и самоидентичностью... Тюрьма, которую мы создали, поглощала нас и превращала в порождения ее собственной реальности» (Zimbardo, 1972). Эксперимент, который должен был продлиться 2 недели, был прерван Зимбардо уже через 6 дней, ибо он почувствовал угрозу социальной патологии.

{Пройдет очень немного времени, и эти студенты Полицейской академии из города Остин (штат Техас) воспримут установки, соответствующие их новой роли}

Влияние поведения на установки проявляется даже в театре. По мере того как роль захватывает актера, осознанное лицедейство уступает место подлинным чувствам. «Работа над этой ролью полностью изменила меня», — сказал Ян Чарльсон, исполнитель роли уравновешенного и набожного

героя Олимпийских игр в фильме «Огненная колесница».

Более серьезный урок изучения ролевого поведения касается того, как нереальное (искусственная роль) может превратиться в нечто реальное. Приступая к исполнению новых обязанностей педагога, солдата или бизнесмена, мы начинаем играть роль, которая формирует наши установки. Представьте себе человека, исполняющего роль раба, да не в течение каких-нибудь 6 дней, а в течение многих декад. Если поведение участников эксперимента «Стэнфордская тюрьма» изменилось буквально за считанные дни, нетрудно представить себе, сколь разрушительным может стать продолжительный опыт подчиненного поведения. «Господин» может измениться даже сильнее, чем «раб», поскольку его роль «эффектнее». Фредерик Дуглас, бывший раб, вспоминает, как изменялась его хозяйка по мере того, как свыкалась со своей ролью:

«Моя хозяйка была именно такой, какой показалась мне в тот момент, когда я впервые увидел ее у дверей, — женщиной с добрейшим сердцем и нежнейшими чувствами... Ее доброта потрясла меня, и я просто не знал, как вести себя с ней. Она была совершенно не похожа на тех белых женщин, которых мне приходилось встречать прежде... Самый ничтожный раб мог вести себя естественно в ее присутствии, и после встречи с ней все чувствовали себя лучше. Ее лицо озаряла ангельская улыбка, а голос звучал, как божественная музыка.

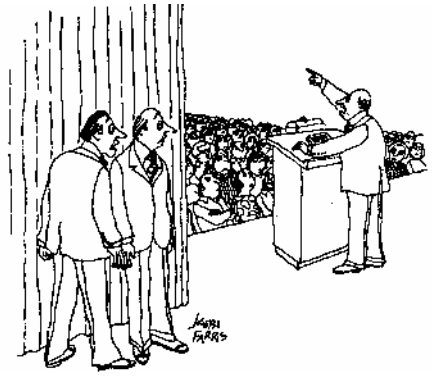
Но увы! Это доброе сердце недолго оставалось таким. Как только в ее руках оказалась безграничная власть, ее фатальный яд сразу же начал вершить свою дьявольскую работу: веселые глаза стали красными от гнева, мелодичный голос, будто сотканный из нежнейших аккордов, сменился резкими, диссонирующими звуками, а ангельское личико превратилось в физиономию демона» (Douglass, 1845, p. 57-58).

Высказанное становится убеждением

По своим последствиям исполнение роли аналогично феномену, известному под названием «высказанное становится убеждением». Начнем с рассмотрения склонности людей адаптировать свои высказывания таким образом, чтобы они понравились собеседнику:

— Мы охотнее сообщаем хорошие новости, чем дурные, и, формулируя сообщение, учитываем точку зрения слушателя (Manis et al., 1974; Tesser et al., 1972; Tetlock, 1983).

— Преподаватели и профессора факультетов, в чьи обязанности входит написание якобы объективных рекомендаций для аспирантуры, наиболее щедры на комплименты в тех случаях, когда знают, что рекомендуемые ими студенты воспользуются своим правом ознакомиться с ними (Ceci & Peters, 1984).



(— Какой ужас! Эти избиратели — рабочие, а он читает речь, предназначенную для менеджеров!)

Управление впечатлением. Выражая свои мысли, мы порой говорим именно то, что, как нам кажется, хочет услышать наш собеседник

— В период избирательной кампании политики отдают предпочтение простым и лаконичным формулировкам («Чтобы уменьшить дефицит, необходимо сократить основные расходы»). После выборов их заявления становятся более сложными — до очередной избирательной кампании (Tetlock, 1981).

Люди, которых вынудили дать устные или письменные показания о чем-либо, в чем они совершенно не уверены, нередко переживают, что невольно стали обманщиками. Но это не мешает им начать верить в собственные слова *при условии*, что их не подкупают и не принуждают к этому. Утверждение, сделанное в отсутствие внешнего давления, становится убеждением (Klaas, 1978).

<Я думала, что подыгрываю [своим похитителям], повторяя за ними, как попугай, все их клише и словечки, хотя сама и не верила в них. Пытаясь обмануть их, я обманывала себя. *Патриция Кембелл Херст*, жертва похитителей>

Эксперименты, проведенные Тори Хиггинсом и его коллегами, наглядно демонстрируют процесс превращения высказываний в убеждения (Higgins & Rholes, 1978; Higgins & McCann, 1984). Испытуемые, студенты университета, читали описание какого-то индивида и затем кратко пересказывали его человеку, о котором им было известно, что он либо симпатизирует тому, о ком ему говорят, либо нет. Для симпатизирующих студенты составляли более лестные резюме, после чего и сами начинали относиться к незнакомому им человеку с большей симпатией. Когда их просили припомнить, что они прочитали о нем, оказывалось, что описание, которое они помнят, — более лестное, чем существующее в действительности. Короче говоря, мы склонны «подгонять» свои сообщения под слушателей, а подогнав, начинаем верить в трансформированную информацию.

Феномен «нога-в-дверях»

Большинство из нас могут припомнить ситуации, когда, согласившись помочь какой-либо организации или принять участие в реализации того или иного проекта, мы в итоге оказывались вовлеченными в работу значительно б*о*льшую, чем собирались, и зарекались впредь соглашаться на подобные предложения. Как это происходит? Результаты экспериментов позволяют предположить: если вы хотите, чтобы человек оказал вам большую услугу, эффективной может быть следующая стратегия: сначала попросите его о небольшом одолжении. В наиболее известной демонстрации этого феномена, получившего название **«нога-в-дверях»**, исследователи, представляясь добровольцами, участниками движения за безопасность на дорогах, обращались к калифорнийцам с просьбой разрешить установить при въезде на их участки огромные, небрежно выполненные плакаты: «Водитель! Будь осторожен за рулем!» Лишь 17% из тех, к кому «волонтеры» обратились с этой просьбой, ответили согласием. Других сначала попросили о небольшом одолжении: разместить в окнах своих домов 3-дюймовые [3 дюйма — 7,62 см. — *Примеч. перев.*] листовки «Будь осторожен за рулем!» Почти все с готовностью согласились, а спустя две недели 76% из них дали согласие на размещение на своих участках огромных уродливых знаков (Freedman & Fraser, 1966). Один из помощников экспериментаторов, ходивший по домам и не знавший, где уже успели побывать другие участники проекта, а где — нет, впоследствии вспоминал: «Я был просто потрясен тем, что одних вообще не пришлось уговаривать, а других невозможно было уговорить» (Ornstein, 1991).

Другие исследователи подтверждают связь феномена «нога-в-дверях» с альтруистическим поведением.

— В ответ на прямое обращение с просьбой оказать финансовую помощь Онкологическому обществу согласием ответили 46% жителей пригорода Торонто. От тех их сограждан, которых накануне попросили поносить значок, рекламирующий эту кампанию, на что согласились абсолютно все, было получено едва ли не в два раза больше пожертвований (Pliner et al., 1974).

— В кампании по сбору средств в фонд помощи умственно отсталым приняли участие 53% израильтян из числа тех, к кому обратились с подобным предложением. Двумя неделями раньше к другим гражданам обратились с просьбой подписать петицию в поддержку создания реабилитационного центра для инвалидов; среди подписавших эту петицию число жертвователей составило 92% (Schwarzwald et al., 1983).

— Накануне президентских выборов 1984 г. Энтони Гринвальд и его коллеги поинтересовались у группы зарегистрированных избирателей, собираются ли они голосовать (Greenwald et al., 1987). Все ответили утвердительно. Число проголосовавших среди них на 41% превысило число проголосовавших среди избирателей, которых не опрашивали.

— Во время проведения донорской кампании количество доноров увеличивается с 62 до 81%, если разговор по телефону заканчивается словами: «Значит, мы можем рассчитывать на вашу помощь,

да?», после чего следует пауза — ожидание ответа потенциального донора (Lipsitz et al., 1989).

Обратите внимание на то, что во всех этих экспериментах первый шаг — подписание петиции, ношение значка, ответ на вопрос о намерении голосовать — следствие добровольного согласия. У нас еще будет немало возможностей убедиться в том, что когда люди выражают согласие на участие в общественно значимых событиях и воспринимают это согласие как акт доброй воли, они проникаются большей верой в то, что ими сделано.

(— Я баллотируюсь в Конгресс! Возьмите мой значок!
— И несколько наклеек на машину.
— А вот плакаты! Развесьте в саду! — А что, если я не захочу голосовать за Вас?!
— Не захотите?! И это после всего, что Вы для меня сделали?)

Феномен «нога-в-дверях»

Социальный психолог Роберт Чалдини называет себя простаком. «Сколько я себя помню, я всегда был легкой добычей уличных торговцев, создателей всевозможных фондов и дельцов всех мастей». Чтобы разобраться в том, почему один человек отвечает согласием на предложение другого и как используется «оружие влияния», он в качестве ученика провел три года в различных организациях, занимавшихся торговлей, созданием фондов и рекламой, и изучил действие «оружия влияния» в простых экспериментах. В одном из них Чалдини и его коллеги использовали вариант феномена «нога-в-дверях», экспериментируя с техникой «подачи низкого мяча» (*low-ball technique*), тактикой, о которой известно, что ею пользуются некоторые продавцы автомобилей. После того как покупатель соглашается купить новый автомобиль, потому что покупка представляется ему выгодной, и начинает заполнять необходимые бумаги, продавец ликвидирует все скидки, требуя дополнительной оплаты того, что, по мнению покупателя, входит в общую стоимость, или обращается за консультацией к боссу, который запрещает оформление сделки, ибо «мы понесем убытки». Бытует мнение, что даже те покупатели, которые поначалу считают цену слишком высокой, в конце концов соглашаются с ней.

{**Феномен «нога-в-дверях».** Чтобы люди согласились стать донорами или принять участие в какой-либо благотворительной акции, нередко полезно сначала обратиться к ним с просьбой сделать нечто менее значимое для этих кампаний, например подписать обращение, повесить плакат на дверь собственного дома или ответить на вопрос о своих намерениях}

Авиакомпании и отели используют аналогичную тактику, привлекая пассажиров и постояльцев информацией о том, что осталось лишь несколько «дешевых» билетов или номеров, и надеясь, что клиенты согласятся в конце концов на более дорогой вариант. Чалдини и его помощники доказали, что эта тактика вполне оправдывает себя. Когда они пригласили первокурсников, изучающих психологию, принять участие в эксперименте, который начинается в 7 часов утра, лишь 24% откликнулись на это предложение. Но если студенты сначала давали согласие на участие в эксперименте и лишь потом узнавали, когда нужно явиться, количество участников возрастало до 53%.

(— С ума сойти! Откуда такая цена? — Выгодная покупка, верно?
— Ну конечно, вы захотите приобрести дополнительные детали... — Какие детали?
— Ну, знаете, фары, шины, бамперы... И все такое.)

Маркетологи и торговцы убедились: тактика «подачи низкого мяча» срабатывает даже в тех случаях, когда мы осведомлены о том, что люди, с которыми мы имеем дело, руководствуются корыстными соображениями (Cialdini, 1988). Безобидный первый шаг — возврат объявления в обмен на дополнительную информацию и подарок от фирмы, согласие выслушать специалиста по инвестициям — нередко подталкивает нас к тому, чтобы принять на себя более серьезные обязательства. Торговцы нередко злоупотребляют подобной уступчивостью людей и стараются вынудить их сделать покупку. Во многих штатах теперь есть законы, закрепляющие право граждан отказаться в течение нескольких дней от товаров, приобретенных у коммивояжеров. Стремясь уменьшить собственные потери от действия подобных законов, многие компании используют то, что в обучающей программе для продавцов одной фирмы, издающей энциклопедии, было названо «очень важным психологическим средством, помогающим предотвращать отказ покупателей от их обязательств» (Cialdini, 1988, p. 78). Средство это очень простое: торговое соглашение должен заполнять не продавец, а сам покупатель. Как правило, люди не отказываются от тех обязательств, которые добровольно взяли на себя.

Проблема крупным планом. *Как приобретаются убеждения, или высказанное становится убеждением*

Психолог из Университета штата Орегон Рэй Хайман рассказал о том, как исполнение роли хироманта убедило его в том, хиромантия «работает».

«Я начал гадать по руке еще в юности, надеясь, что это поможет мне улучшить мое финансовое положение. В то время я совершенно не верил в хиромантию. Но я знал, что обязан вести себя так, чтобы никто не догадался об этом: иначе мои «услуги» никто не купит. Прошло несколько лет, и я твердо поверил в свое ремесло. Однажды покойный Стэнли Джекс, профессиональный психолог и уважаемый мною человек, предложил мне провести эксперимент: мои предсказания должны были быть диаметрально противоположными тому, что я «читал» по руке. Именно так я и поступил с несколькими клиентами. К моему удивлению и ужасу, мои предсказания оказались такими же точными, как и всегда. Именно тогда-то я и заинтересовался теми мощными силами, которые убеждают не только нас, гадающих по руке, но и наших клиентов в существовании того, чего на самом деле нет» (Hyman, 1981, p. 86).

Феномен «нога-в-дверях» вполне достоин изучения. Любой человек, пытающийся соблазнить нас — финансово, политически или сексуально, — сначала обязательно постарается добиться от нас какой-либо уступки. Практический совет: прежде чем согласиться на исполнение незначительной просьбы, подумайте о том, что может последовать за ней.

Дурные поступки и установки

Принцип, согласно которому поведение формирует установки, распространяется и на безнравственные поступки. Нередко зло становится результатом постепенно нарастающих уступок.

Незначительный некрасивый поступок может облегчить совершение более тяжкого проступка. Дурные поступки расшатывают нравственность того, кто их совершает. Перефразируя Ларошфуко, можно сказать, что легче найти человека, который никогда не поддавался искушению, чем человека, который поддался ему лишь раз в жизни (La Rochefoucauld, Maxims, 1665).

<Наши самоопределения не создаются в наших головах; их куют наши поступки. *Роберт Макаффи Браун*, Творческий беспорядок: динамика изящества, 1980>

Жестокость разъедает совесть того, кто проявляет ее. Причинение вреда ни в чем не повинным людям — в форме оскорбительных высказываний или нанесением ударов электрическим током, — как правило, приводит к тому, что агрессоры начинают унижать свои жертвы: это помогает им оправдывать свое поведение (Berscheid et al., 1968; Davis & Jones, 1960; Glass, 1964). Мы склонны не только обижать тех, кто нам не нравится, но и не любить тех, кого обижаем. В экспериментах, позволивших сделать этот вывод, испытуемые особенно активно оправдывали свои действия тогда, когда их не принуждали совершать их, а уговаривали. Мы берем на себя большую ответственность за те поступки, которые совершаем добровольно.

Во время войны этот феномен проявляется в пренебрежительных кличках, которые солдаты дают своим противникам, признавая тем самым, что не считают их равными себе людьми. Проявляется он и в мирное время. Рабовладельцы, скорее всего, начнут воспринимать своих рабов как людей, наделенных такими личностными качествами, которые оправдывают их угнетенное положение. Поступки и установки подпитывают друг друга, и порой эта подпитка приводит к полной нравственной бесчувственности. Чем больше один человек вредит другому, «подгоняя» свои установки под свои поступки, тем легче ему даются аморальные поступки. Совесть мутирует.

{Такие акты насилия, как массовое истребление представителей проживающего в Руанде племени тутси, формируют еще более жестокие и человеконенавистнические установки}

Безнравственные поступки формируют личность, но то же самое, к счастью, можно сказать и о нравственных поступках. Говорят, о характере человека можно судить по тому, что мы делаем, когда думаем, что нас никто не видит. Именно так поступали исследователи, изучавшие характер: они искушали детей, когда тем казалось, что никто не наблюдает за ними. Что происходит, когда дети противостоят искушению? В полном драматизма эксперименте исследователь Джонатан Фридман показал учащимся начальной школы работающий на батарейке потрясающий робот и попросил не трогать его, пока он сам не вернется в комнату (Freedman, 1965). Одной половине детей он пригрозил «жестокой карой» за непослушание, а другой — лишь незначительным наказанием. В обоих случаях дети не посмели ослушаться экспериментатора.

Спустя несколько недель другой исследователь, якобы не имевший никакого отношения к этому событию, позволил всем детям играть с теми же игрушками в том же помещении. Из 18 детей, которым Фридман пригрозил строгим наказанием, 14 теперь свободно играли с роботом, но две трети тех, кому было обещано несерьезное наказание, так и не решились на это. Судя по всему, сознательно решив в свое время не играть с роботом, дети, которым не грозило серьезное наказание, усвоили эту новую установку, и теперь она контролировала их действия. Итак, они сознательно усвоили, что возможность сурового наказания принуждает к определенному поведению, а несерьезное наказание предоставляет им определенную возможность выбора. Моральный поступок, особенно если он — проявление доброй воли, а не результат уговоров, делает мышление более нравственным.

Межрасовое поведение и расовые установки

Если нравственное поведение питает нравственные установки, то можно ли говорить о том, что позитивное межрасовое поведение благоприятствует преодолению расовых предрассудков, подобно тому, как обязательное использование ремней безопасности формирует более благоприятное отношение к ним? Это был один из аргументов, к которому социальные психологи прибегли в 1954 г., когда Верховный суд США принимал решение о десегрегации школ. Суть мотивировки, к которой прибегли социальные психологи, заключалась в следующем: если мы будем ждать, пока под влиянием уговоров и научения изменятся чувства, нам очень долго не видать расовой справедливости. Но возведя нравственный поступок в ранг закона, при соответствующих условиях можно косвенно влиять на действительное изменение установок.

<Мы любим людей не столько за то добро, которое они сделали нам, сколько за то добро, которое мы сделали им. *Лев Толстой*, Война и мир, 1867-1869>

Хотя эта идея и противоречит предположению о том, что «невозможно сделать из нравственности закон», за десегрегацией, тем не менее, последовало изменение установки.

Рассмотрим некоторые корреляционные результаты этого грандиозного социального эксперимента:

— После принятия Верховным Судом решения о десегрегации количество белых американцев, сторонников совместного обучения белых и чернокожих детей, возросло более чем в два раза, и сейчас этой точки зрения придерживается практически все белое население (Другие примеры, иллюстрирующие прежние и нынешние расовые установки, представлены в главе 9.)

— За первые 10 лет, прошедшие с момента вступления в силу в 1964 г. Закона о гражданских правах, количество белых американцев, которые описывали своих соседей, друзей, коллег (или соучеников) как «стопроцентно белых», уменьшилось примерно на 20% для каждой из этих категорий. Окрепли межрасовые связи. За тот же самый период количество белых американцев, считающих, что афроамериканцы имеют право жить там, где они хотят, возросло с 65 до 87% (ISR Newsletter, 1975). Установки тоже изменялись.

За унификацией национальных представлений о том, что соответствует термину «недискриминационный», последовало уменьшение различий в расовых установках представителей разных конфессий, классов и жителей разных географических регионов. Когда американцы начали действовать более согласованно, в образе их мыслей тоже стало появляться больше общего (Greeley & Sheatsley, 1971; Taylor et al., 1978).

<Нас формируют те поступки, которые мы совершаем; практикуясь в самоконтроле, мы приобретаем способность контролировать себя; совершая поступки, требующие мужества, мы становимся мужественными. *Аристотель*>

Результаты экспериментов подтверждают вывод о том, что позитивные действия в чей-либо адрес усиливают симпатию к этому человеку. Услуга, оказанная экспериментатору или другому испытуемому, поддержка учащегося, как правило, усиливают симпатию к ним (Blanchard & Cook, 1976). Если хотите сильнее полюбить кого-либо, ведите себя так, словно это уже свершившийся факт, — подобный совет стоит того, чтобы его запомнить.

В 1793 г. Бенджамин Франклин на практике проверил идею о том, что оказание услуги усиливает симпатию. Будучи секретарем Генеральной Ассамблеи Пенсильвании, он постоянно подвергался нападкам со стороны одного оппозиционера, не менее влиятельного члена Ассамблеи. И Франклин задался целью одержать над ним победу:

«Я не стремился... снискать его расположение какими бы то ни было знаками особого уважения, а, спустя какое-то время, прибег к иной тактике. Прослышав о том, что в его библиотеке есть одна очень редкая и любопытная книга, я написал ему письмо, в котором сообщил о своем желании познакомиться с ней, и спросил, не окажет ли он мне услугу и не даст ли ее на несколько дней. Книга была получена мною незамедлительно, и через неделю я вернул ее, не преминув выразить искреннюю признательность за оказанную услугу. Когда мы после этого встретились в Парламенте, он заговорил со мной (чего раньше никогда не случалось) и был чрезвычайно вежлив. С тех пор он не упускал ни одного случая сообщить мне о своей готовности к любым услугам; мы стали большими друзьями и оставались ими вплоть до самой его смерти» (цит. по: Rosenzweig, 1972, p. 769).

Социальные движения

То, что поведение общества способно повлиять на его установки, позволяет допустить возможность использования этого феномена для политической социализации массового сознания, правда, с опасными последствиями. В 1930-е гг. многие граждане Германии ощущали полную несовместимость своего поведения и личных убеждений, причиной которой стало участие в мероприятиях, проводимых нацистами, ношение униформы и особенно приветствие «Хайль Гитлер». По словам историка Ричарда Грюнбергера, для тех немцев, у которых еще сохранялись сомнения относительно Гитлера, «“немецкое приветствие” было действенным способом создания соответствующих условий. Решившись однажды произнести его вслух в качестве внешнего признака

собственного конформизма, многие ощущали... дискомфорт по причине несоответствия их слов тем чувствам, которые они испытывали. Лишенные возможности говорить то, что они думали, люди, пытаясь сохранить психическое равновесие, стремились поверить в то, что они говорили» (Grunberger, 1971, p. 27).

{Наши политические ритуалы — ежедневный подъем флага в школах, исполнение национального гимна — используют общественный конформизм для воспитания личного патриотизма}

Подобная практика характерна не только для тоталитарных режимов. Наши политические ритуалы — ежедневный подъем флага в школах, исполнение национального гимна — используют общественный конформизм для воспитания личного патриотизма. Однажды мне, в то время ученику начальной школы, довелось участвовать в учениях по гражданской обороне, имитировавших воздушную тревогу в Сиэтле, неподалеку от компании «Боинг». После того как мы несколько раз вынуждены были вести себя так, словно стали объектом нападения русских, многие из нас стали бояться их. Наблюдатели отмечали, что участники маршей за гражданские права, прошедших в 1960-е гг., приобрели еще большую веру в свою правоту. Действия этих людей выражали идею, время которой настало, и способствовали тому, что она еще глубже проникала в их сердца. Аналогичным образом и движение в 1980-е гг. за включение в язык понятия рода, способствовало усилению инклюзивных установок, а программы по утилизации отходов, разработанные в 1990-е гг., способствовали более сознательному отношению населения к охране окружающей среды.

<Человек делает то, что он есть, и становится тем, что он делает. *Роберт Музиль*, Малая проза, 1930>

Многие согласны с тем, что наиболее заметный след в сознании оставляет идеологическая обработка, известная под названием *промывания мозгов*. Этот термин был введен для описания того, что происходило с американскими военнопленными во время войны в Корее в 1950-е гг. Несмотря на то что программа «контроля над мыслью» была вовсе не так эффективна, как можно предположить, исходя из этого определения, результаты ее применения заставляют задуматься: сотни военнопленных согласились сотрудничать с теми, кто удерживал их в плену. Двадцать один человек предпочли не возвращаться в США, несмотря на полученное ими разрешение. А многие из тех, кто вернулся на родину, были убеждены: «хотя для Америки коммунизм и не годится, для Азии он вполне подходит» (Segal, 1954).

{Празднование Дня Канады: участие в патриотических мероприятиях усиливает патриотические установки}

Эдгар Шейн, беседовавший со многими военнопленными в то время, когда они добирались из Азии домой, пришел к выводу, что методы, которыми пользовались захватчики, включали постепенную эскалацию требований (Schein, 1956). Китайцы всегда начинали с тривиальных требований, постепенно переходя к более существенным. «После того, как пленный был уже достаточно “натаскан” на то, чтобы делать письменно и устно примитивные заявления, от него начинали требовать заявлений по более важным вопросам». Более того, китайцы всегда ожидали от пленных активного сотрудничества в любой форме: простого копирования чего-либо, участия в групповых дискуссиях, критики в собственный адрес или публичных исповедей. Единожды сделав какое-либо заявление, письменное или устное, пленный начинал испытывать внутреннюю потребность привести свои убеждения в соответствие со своими действиями. Это нередко приводило к тому, что пленные убеждали себя, что они думают именно так, как действуют. Успешный пример использования приема «нога-в-дверях» — тактика «постепенного наращивания требований» — и поныне широко используется при подготовке террористов и палачей (глава 6).

<С помощью мелких уступок можно манипулировать самовосприятием человека, превращать граждан в «слуг общества», случайных прохожих — в «клиентов», заключенных — в «помощников». *Роберт Чалдини*, Психология влияния, 1988>

А теперь позвольте мне попросить вас прервать чтение и представить себе, что вы — психолог-теоретик. Спросите себя: почему и в тех экспериментах, о которых было рассказано выше, и в реальной жизни поступки действительно способствуют формированию установок? Почему исполнение какой-либо роли или произнесение какой-либо речи влияет на наше отношение к тому, что составляет их содержание?

Резюме

Связь «установка — поведение» — это «улица с двусторонним движением»: мы не только действуем сообразно своим мыслям, но и начинаем мыслить в соответствии с теми или иными совершаемыми поступками. Действуя, мы усиливаем идею, лежащую в основе нашего действия, и прежде всего в тех случаях, когда чувствуем ответственность за него.

Справедливость этого принципа подтверждается результатами многих исследований. Установки исполнителей разных социальных ролей формируются под влиянием поступков, предписываемых этими ролями. Результаты изучения феномена «нога-в-дверях» свидетельствуют о том, что незначительная уступка в дальнейшем делает людей более сговорчивыми и готовыми на более серьезные уступки. Поступки влияют и на нашу нравственность. Нам свойственно оправдывать собственные деяния и считать их правильными. То же самое можно сказать и о нашем социальном сознании: его помогают формировать наши поступки в таких сферах, как межрасовые отношения и участие в политических мероприятиях. Мы не только отстаиваем то, во что верим, но и начинаем верить в то, что отстаиваем.

Почему поступки влияют на установки

Какие теории способны объяснить феномен, заключающийся в том, что установки могут быть следствием поведения? Как спор между конкурирующими идеями иллюстрирует процесс научного познания?

Теперь мы уже знаем, что «река» — феномен «влияние поведения на установки» — образована несколькими потоками — экспериментально полученными доказательствами в пользу его существования. Содержатся ли в этих доказательствах какие-либо намеки на то, почему поведение влияет на установки? Социальные психологи называют три возможные причины. Сторонники *теории самопрезентации* исходят из того, что из стратегических соображений мы выражаем установки, которые позволяют производить впечатление последовательной действующей личности. Согласно *теории когнитивного диссонанса*, оправдание поведения в собственных глазах необходимо нам для снижения психологического дискомфорта. Что же касается *теории самовосприятия*, то в соответствии с нею наши поступки разоблачают нас (если мы не уверены в своих чувствах или убеждениях, то начинаем следить за своим поведением так, как это сделал бы любой другой.) Давайте рассмотрим каждую из этих теорий.

Самопрезентация: управление впечатлением

Первое объяснение берет начало от простой идеи, с которой вы уже знакомы (см. главу 2): кому из нас безразлично, какое впечатление мы производим на окружающих? Мы тратим кучу денег на одежду, диеты, косметику, а теперь и на пластическую хирургию только потому, что нам совсем не все равно, что думают о нас другие. В некоторых случаях хорошее впечатление — это залог социального и материального вознаграждения, лучшего самочувствия и даже большей уверенности в собственной социальной идентичности (Leary, 1994).

Никому не хочется, чтобы его считали непоследовательным, и, чтобы этого не произошло, мы «озвучиваем» установки, соответствующие нашим действиям. Чтобы избежать обвинения в непоследовательности, мы при необходимости можем притвориться, что разделяем те установки, которые на самом деле нам чужды. Даже если это предполагает демонстрацию некоторой неискренности или лицемерия, игра стоит свеч: вы произведете именно то впечатление, которого добиваетесь. Во всяком случае теория самопрезентации исходит именно из этого.

(— То, что я не ношу парик, показывает окружающим, что я доволен собой!)

Согласно теории самопрезентации, цель нашего поведения — создание желательного впечатления

Мы уже знаем, что это правда: люди действительно «управляют впечатлением». «Подгоняя информацию под слушателя», они стремятся не обидеть его, а доставить ему удовольствие. Иногда, чтобы заглянуть под маску, приходится прибегать к помощи метода «мнимого источника информации». Более того, на сообщение о неудаче (например, на сообщение о неверных ответах при тестировании на *IQ*) люди тратят больше времени, чем на сообщение об успехе, однако это проявляется только тогда, когда есть возможность идентифицировать носителей информации, а они боятся произвести плохое впечатление (Bond & Anderson, 1987).

<Глупое упорство — страшное проявление ограниченности. *Ральф-Уолдо Эмерсон*, Самоуверенность, 1841>

Является ли наше огромное желание казаться последовательными причиной того, что разрыв между установками и поведением постепенно сокращается? До некоторой степени — да: если испытуемые думают, что их тестируют на детекторе лжи, они отказываются от попыток произвести хорошее впечатление и демонстрируют значительно менее заметное изменение установок (Paulhus, 1982; Tedeschi et al., 1987).

Однако изменения установок, о которых мы говорили, это нечто большее, чем просто самопрезентация, ибо люди демонстрируют свои измененные установки даже тем, кто не знает, как они вели себя раньше. На вопрос, почему в некоторых случаях самопрезентация становится фактором действительного изменения установок, отвечают две другие теории.

Самооправдание: когнитивный диссонанс

Одна из теорий объясняет изменение установок тем, что у нас есть причины для поддержания согласованности наших знаний. Именно в этом заключается смысл знаменитой **теории когнитивного диссонанса**, автором которой является Леон Фестингер (Festinger, 1957). Сама по себе теория проста, но область ее применения огромна. Согласно теории когнитивного диссонанса, мы испытываем напряжение («диссонанс»), если две одновременно воспринимаемые мысли или два убеждения («когниции») психологически несовместимы; нечто подобное мы испытываем тогда, когда решаем сказать или сделать нечто такое, в отношении чего испытываем смешанные чувства. Фестингер считает, что мы прибегаем к «регулировке» мышления, чтобы снизить это неприятное возбуждение. Эта простая идея и некоторые удивительные прогнозы, вытекающие из нее, вызвали к жизни более 2000 исследований (Cooper, in press).

Теория когнитивного диссонанса преимущественно имеет отношение к взаимному несоответствию поведения и установок. Мы осознаем и несоответствие поведения установкам, и несоответствие установок поведению. Когда мы ощущаем некоторое противоречие, возможно, даже определенное лицемерие, у нас возникает потребность в переменах. Подобная трактовка позволяет объяснить, почему (по данным одного опроса, проведенного в Великобритании) половина курильщиков не согласна с некурящими, которые практически поголовно убеждены в том, что люди «ничуть не

преувеличивают опасность курения» (Eiser et al., 1979).

Теория когнитивного диссонанса позволяет объяснить самоубеждение и предлагает несколько удивительных прогнозов. Возможно, вы уже и сами догадались, каких именно.

Недостаточное оправдание

Представьте себе, что вы — участник знаменитого эксперимента, проведенного изобретательным Фестингером и его ученицей Дж. Меррилл Карлсмит (Festinger & Carlsmith, 1959). В течение часа вы должны заниматься бессмысленным делом, например поворачивать деревянную ручку. Когда вы заканчиваете «работу», экспериментатор (Карлсмит) говорит вам, что цель исследования — изучение влияния ожиданий на выполнение задания. Следующего испытуемого, ожидающего за дверью, необходимо убедить в том, что его ждет интересный эксперимент. Карлсмит, изображая человека, оказавшегося в безвыходном положении (Фестингер «дрессировал» ее в течение многих часов, добиваясь максимальной естественности), говорит вам, что ассистент, который обычно беседует с испытуемым, чтобы создать у него подобные ожидания, не смог участвовать в эксперименте, и, ломая руки, умоляет вас заменить его.

Вас просят потрудиться во имя науки и обещают заплатить, и в конце концов вы соглашаетесь поговорить со следующим испытуемым (который на самом деле — тот самый помощник экспериментатора) и рассказать о том, какое удовольствие только что получили. «Правда? — так называемый испытуемый явно не торопится поверить вам. — Неделю назад в этом эксперименте участвовала моя подруга, и сказала, что это смертная тоска». — «Ничего подобного! — отвечаете вы. — Очень интересное задание. Будете поворачивать ручки. Отличное упражнение. Получите огромное удовольствие, вот увидите». Ваше личное участие в эксперименте заканчивается тем, что вас просят заполнить анкету (опросник) и ответить на вопрос, насколько вам на самом деле понравилось вертеть ручки.

История создания теории

Вскоре после землетрясения в Индии (1934 г.) за пределами зоны бедствия возникли слухи о том, что грядут еще более страшные стихийные бедствия. И тогда меня осенило: эти слухи могут быть «оправданы тревогой», т. е. они — когниции, оправдывающие страх, который испытывали люди. Из этой мысли, как из зерна, и выросла моя теория снижения диссонанса — приведение вашего взгляда на мир в соответствие с тем, что вы чувствуете, или с тем, что вы сделали.

Леон Фестингер (1920-1989)

А теперь попробуйте спрогнозировать, при каких условиях вы скорее поверите в свою собственную маленькую ложь и скажете, что вам действительно было интересно? Если вам заплатят за это $1, как одним испытуемым, или $20, — как другим? Фестингер и Карлсмит сделали из ряда вон выходящий прогноз, противоречащий распространенному представлению о том, что большое вознаграждение оказывает большой эффект: более вероятно, что свои установки приведут в соответствие с действиями те испытуемые, которым заплатили по $1, т. е. те, чье вознаграждение вряд ли является достаточным оправданием для лжи. Имея *недостаточное оправдание для* своих действий, они будут испытывать больший дискомфорт (диссонанс) по поводу своих действий, вследствие чего у них будет больше оснований верить в то, что они сделали. Испытуемые, получившие за участие в эксперименте $20, вполне могут оправдать свой поступок, а потому испытывают меньший диссонанс. Как следует из рис. 4.2, результаты, полученные Фестингером и Карлсмит, подтверждают их интригующий прогноз. [Это исследование, проведенное в 1950-х гг., имеет еще один результат, о котором редко сообщается. Представьте себе, что спустя какое-то время вы снова встречаетесь с экспериментатором, и он честно рассказывает вам обо всем. При этом он не только признается в обмане, но и просит вас вернуть ему $20. Вы согласитесь? Фестингер и Карлсмит отмечают, что все их испытуемые, студенты Стэнфордского университета, возвращали деньги, что называется, по первому требованию. Эта информация — своего рода предвкушение поразительных наблюдений над проявлениями уступчивости и конформизма, речь о которых пойдет в главе 6. Как станет ясно из

материала, изложенного в ней, когда социальная ситуация предъявляет к нам определенные требования, мы, как правило, реагируем на них адекватно.]

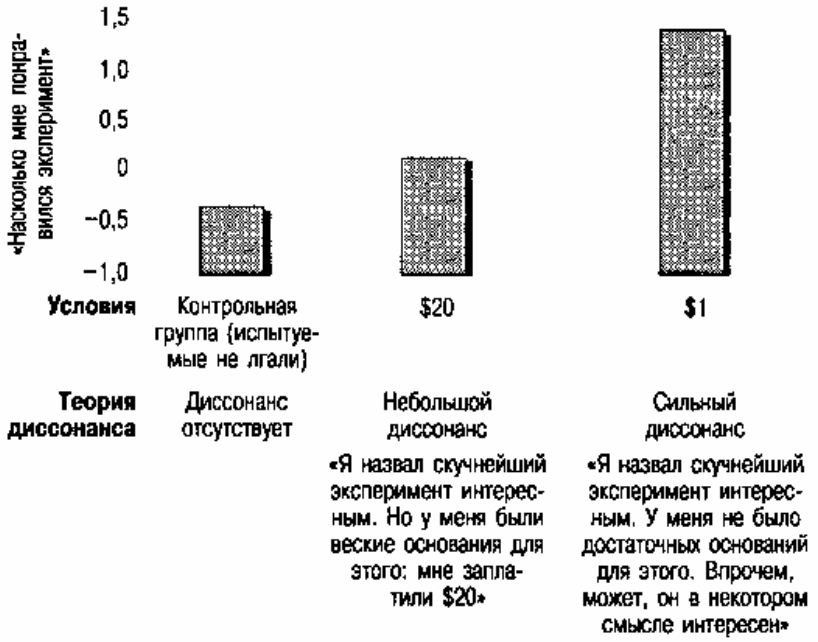


Рис. 4.2. Недостаточное оправдание. Согласно теории когнитивного диссонанса, если наши действия невозможно полностью объяснить внешними вознаграждениями или принуждением, мы испытываем диссонанс, который можно уменьшить, если поверить в то, что мы сделали. (*Источник:* Festinger & Carlsmith, 1959)

Впоследствии были проведены десятки экспериментов, и наиболее сильное влияние поведения на установки отмечалось в тех, где испытуемым предоставлялась некоторая возможность выбора и они могли предвидеть последствия своих действий. В одном эксперименте испытуемые записывали на магнитофон шутки в адрес адвокатов, унижающие их достоинство (например: «Что выдает адвоката, когда он лжет? Шевелящиеся губы»). Более негативные установки по отношению к адвокатам в результате этого образовались у тех испытуемых, которые «шутили по собственному желанию», а не по принуждению (Hobden & Olson, 1994). В других экспериментах испытуемым предлагалось написать эссе за мизерную плату — $1,5 или что-то вроде этого. Если авторам приходилось защищать идеи, которых они не разделяли, например увеличение платы за обучение, и если им недоплачивали, их отношение к излагаемым идеям несколько улучшалось. Поддержка политики благоприятствования какой-либо расе способна благотворно повлиять не только на ваше отношение к этой политике, но и к самой расе. Сказанное в первую очередь справедливо в отношении таких ситуаций, при которых вы сталкиваетесь с непоследовательностью или думаете, что подписанное вашим именем эссе может попасть на глаза людям, чье мнение для вас небезразлично (Leippe & Eisenstadt, 1994; Leippe & Elkin, 1987). Чувствуя себя ответственными за сделанные заявления, вы отныне будете больше верить в них. Притворство становится реальностью.

Выше уже говорилось о том, как принцип недостаточного оправдания проявляется в ситуациях, связанных с наказанием. Если детям грозило не слишком суровое наказание, недостаточно оправдывавшее их послушание, они охотнее воспринимали запрет на игру с привлекательным для них предметом. Когда мама или папа говорят: «Приведи в порядок свою комнату, Джонни, иначе мне придется взяться за ремень», Джонни не нужно внутренне оправдывать то, что он занялся уборкой: перспектива порки вполне достаточное оправдание.

Обратите внимание: теорию когнитивного диссонанса больше интересует то, что вызывает желаемое действие, а не относительная эффективность следующих за ним вознаграждений или наказаний. Ее цель — побудить Джонни сказать: «Я убираю свою комнату, потому что хочу жить в чистоте», а не: «Я убираю свою комнату, потому что иначе родители прибьют меня». У студентов, воспринимающих свои общественные обязанности в кампусе как нечто такое, что они стали бы делать и

по собственному выбору, больше шансов в будущем заниматься волонтерством, чем у тех их товарищей, которые чувствуют, что их заставляют (Stukas et al., 1999). Принцип: установки являются следствием таких поступков, за которые мы чувствуем определенную ответственность.

{Согласно теории когнитивного диссонанса, родители должны добиваться от детей желательного поведения не принуждением, а мотивацией усвоения ими соответствующих установок}

Благодаря этому не выраженному прямо, а подразумевающемуся смыслу теории когнитивного диссонанса некоторые рассматривают ее как интеграцию гуманистической и научной точек зрения. Согласно прогнозу, который дает эта теория, авторитарный менеджмент будет эффективным только в присутствии лица, представляющего власть, ибо люди не склонны интернализировать поведение, которое им навязывают. Герой повести К. Льюиса «Жеребец и его мальчик» говорящий жеребец по имени Бри, бывший в свое время рабом, замечает: «Одним из самых страшных последствий рабства и необходимости подчиняться чужой воле является то, что, обретя свободу, ты обнаруживаешь, что практически полностью утратил способность заставлять себя» (C. S. Lewis, *The Horse and His Boy*, 1974). Теория диссонанса утверждает, что только поддержка и мотивация способны вызвать желательное действие. Однако ее сторонники полагают, что менеджеры, педагоги и родители, желая добиться определенных поступков, должны использовать только те стимулы, который действительно побуждают.

Диссонанс как следствие принятия решений

Повышенное внимание к осознанному выбору означает, что принятие решений вызывает диссонанс. Когда возникает необходимость принять важное решение — выбрать колледж, друга или работу, — мы нередко начинаем «метаться» между двумя одинаково привлекательными альтернативами. Возможно, вам знакома эта ситуация: приняв решение, вы вдруг остро ощущали «диссонирующие когниции» — привлекательные стороны того, от чего вы отказались, и не очень заманчивые особенности того, что выбрали. Решив жить в кампусе, вы можете в какой-то момент осознать, что пожертвовали простором и свободой, которые предоставляет квартира, ради шумных и густонаселенных корпусов общежития. Если же вы решили не жить в кампусе, то не можете не отдавать себе отчет в том, что это решение означает физический «отрыв» от кампуса и от друзей, а также необходимость самому готовить себе еду.

Приняв важное решение, мы обычно ослабляем диссонанс, так как «возвеличиваем» выбранное и несколько принижаем отвергнутое. Джек Брем, автор первого опубликованного отчета об экспериментальном изучении диссонанса, просил испытуемых, сотрудниц Университета штата Миннесота, определить рейтинги восьми таких предметов, как тостер, радиоприемник и фен для сушки волос (Brehm, 1956). Затем он показывал им два предмета, оцененных ими примерно одинаково, и предлагал выбрать себе один из них, любой. Позднее, во время повторного определения рейтингов, женщины оценивали выбранный предмет выше, чем в первый раз, а «отвергнутый» — ниже, чем в первый раз. Складывается такое впечатление, что после того, как выбор сделан, отвергнутая альтернатива в известном смысле утрачивает свою привлекательность.

{Необходимость принять важное решение может стать причиной серьезного диссонанса: после того как решение принято, человек начинает переоценивать недостатки того, что он выбрал, и достоинства того, от чего отказался}

В ситуациях, связанных с принятием простых решений, феномен «принятое решение-становится-убеждением» дает знать о себе очень быстро. По данным Роберта Нокса и Джеймса Инкстера, любители скачек, уже сделавшие ставку, настроены по отношению к судьбе своих денег более оптимистично, нежели те, кто только собирается это сделать. За несколько минут, прошедших между тем, как человек дождался своей очереди, подошел к окошку букмекера и отошел от него, не изменилось ничего, за исключением двух обстоятельств: решение принято, и отношение к нему самого человека изменилось. Согласившиеся принять участие в игре в рулетку во время карнавала более уверены в своей победе, если согласие уже дано, чем до этого момента. Точно так же ведут себя и избиратели: сразу после голосования они демонстрируют большее уважение к кандидату и большую уверенность в нем, чем перед самым голосованием (Younger et al., 1977). Порой две альтернативы лишь незначительно отличаются друг от друга; именно такая ситуация сложилась однажды у нас на

факультете, когда меня попросили помочь в решении судьбы претендентов на зачисление в штат. Достоинства и компетентность кандидатов кажутся примерно одинаковыми, но лишь до того момента, как решение принято и стало достоянием гласности.

<Каждый раз, делая выбор, вы превращаете центральную часть самого себя, ту самую часть, которая выбирает, в нечто, немного отличное от того, чем она была раньше. *К. Льюис*, Просто христианство, 1943>

Эти эксперименты и примеры позволяют говорить о том, что решения — после того, как они уже приняты, — сами создают оправдания, на которые и опираются. Нередко эти точки опоры столь надежны, что решение «выживает» и после утраты одной из них, пусть даже и той, которая была определяющей, когда оно принималось. Элисон решает, что навестит родных, если перелет обойдется не дороже $400. Выяснив, что это возможно, она заказывает билет и начинает думать, почему еще предстоящее путешествие так радует ее. Но, придя выкупать билет, Элисон узнает, что цены подскочили и ей нужно выложить $475, однако это не имеет значения, ибо решение о поездке уже принято. Как и тогда, когда продавцы машин проявляют по отношению к покупателям тактику «подачи низкого мяча», людям не приходит в голову, по словам Чалдини, что «эти дополнительные причины, возможно, вообще никогда бы не возникли, если бы решение уже не было принято» (Cialdini, 1984, p. 103).

Самовосприятие

Хотя именно теории когнитивного диссонанса мы обязаны большим числом исследований, существует теория, более просто объясняющая те же самые явления. Как у нас формируются представления об установках окружающих нас людей? Мы наблюдаем за их поведением в конкретных ситуациях, а затем приписываем его либо личностным качествам людей или их установкам, либо внешним обстоятельствам. Если мы присутствуем при том, как родители заставляют маленькую Сьюзи попросить прощения и девочка, наконец, произносит «Простите», мы объясняем это ситуацией, а не тем, что ребенок сожалеет о каком-то своем поступке. Если Сьюзи просит прощения без видимого принуждения, мы приписываем это ей самой.

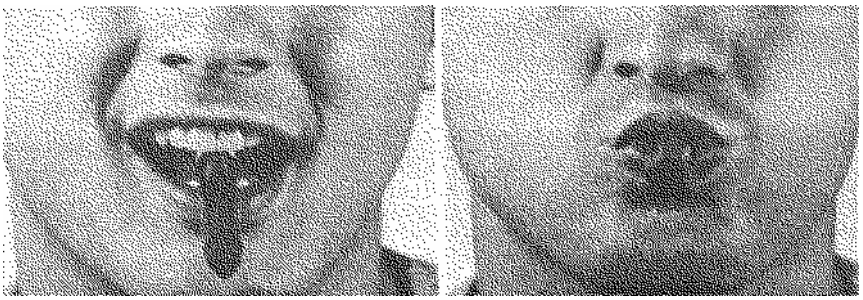
Теория самовосприятия, предложенная Дарилом Бемом в 1972 г., исходит из того, что, наблюдая за собственным поведением, мы делаем аналогичные выводы. Когда наши установки слабы или неоднозначны, мы оказываемся в положении человека, наблюдающего за нами со стороны. Мы идентифицируем установки окружающих, внимательно наблюдая за их поведением в ситуациях, когда они имеют возможность действовать так, как хотят. Точно так же мы оцениваем и собственные установки. Слушая собственную речь, я получаю информацию о своих установках; наблюдая за своими действиями, я получаю сигналы относительно того, насколько сильны мои убеждения. Сказанное прежде всего справедливо в отношении таких ситуаций, при которых мне сложно объяснить свои действия давлением обстоятельств. О том, какие мы есть на самом деле, говорят поступки, которые мы совершаем по доброй воле.

Аналогичное объяснение эмоций было предложено еще сто лет тому назад Уильямом Джеймсом, который считал, что мы судим о своих эмоциях, наблюдая за своими телами и за своим поведением. Представьте себе женщину, увидевшую в лесу рычащего медведя. Она замирает, ее сердце начинает учащенно биться, происходит выброс адреналина в кровь, и она спасается бегством. Размышляя о том, что с нею произошло, женщина осознает, что ей было страшно. В любом колледже, где мне предстоит читать лекции, я просыпаюсь еще затемно и больше не могу уснуть. Поняв, что меня мучает бессонница, я делаю вывод о том, что волнуюсь.

<Эмоции усиливаются при свободном проявлении их внешних признаков. Максимально возможное подавление всех возможных внешних проявлений, напротив, гасит наши эмоции. *Чарльз Дарвин*, О выражении эмоций у человека и животных, 1897>

Возможно, вы, так же как и я поначалу, скептически отнесетесь к эффекту самовосприятия. Однако экспериментальное изучение разных выражений лица должно убедить вас в том, что подобный эффект действительно существует. Испытуемые, на лицах которых были закреплены электроды и которых Джеймс Лэрд просил нахмуриться («напрягите эти мышцы», «сведите брови»), говорили о том, что испытывают гнев (Laird, 1974, 1984; Duclos et al., 1989). Однако интереснее попытаться

воспроизвести другой опыт Лэрда, а именно тот, в котором он просил испытуемых улыбаться: у них улучшалось настроение, и они находили карикатуры более смешными. Когда человек видит в зеркале свое отражение и присматривается к выражению лица, эффект самовосприятия усиливается (Kleinke et al., 1998).



По данным немецкого психолога Фрица Штракка и его коллег, люди, сжимающие авторучку зубами (в данном случае работают мышцы, «ответственные» за улыбку), находят карикатуры более смешными, чем люди, сжимающие ее губами (при этом работают мышцы, несовместимые с улыбкой). (*Источник*: Strack et al., 1988)

Этот феномен знаком всем нам. Если в тот момент, когда мы раздражены, раздается телефонный звонок или кто-то приходит, наше поведение становится участливым и вежливым: «Ну, как дела?» — «Все нормально, спасибо. А вы как?» — «Да вроде ничего...» Если испытываемые нами чувства не очень сильны, подобное дружелюбие способно в корне изменить всю установку: трудно одновременно и улыбаться, и чувствовать раздражение. Не исключено, что когда Мисс Вселенная ослепляет нас своей улыбкой, она всего лишь хочет поднять свое собственное настроение. Роджерс и Хаммерштейн считают, что можно избавиться от чувства страха, если начать «насвистывать веселую мелодию». Действия способны «запустить» эмоции.

(— Я пою не потому, что счастлива. Я счастлива потому, что пою.)
Самовосприятие в действии

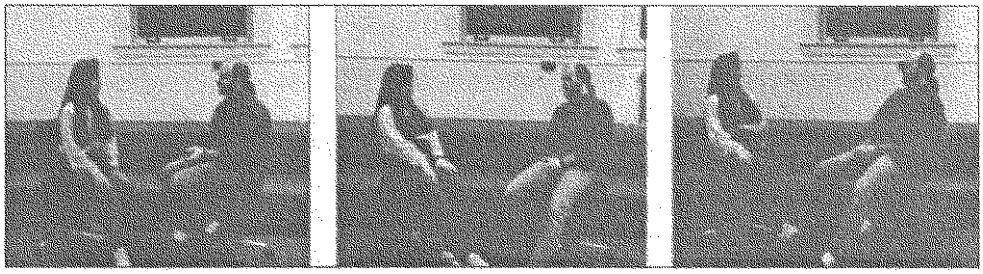
Иногда эффект самовосприятия проявляется и в последующем поведении. Люди, которые были вынуждены вести себя непринужденно и быть разговорчивыми (во время интервью), впоследствии способны демонстрировать большую открытость и коммуникабельность (Schlenker et al., 1994; Tice, 1992). Ведите себя, как общительный человек, и вы можете стать более общительным.

Даже походка может повлиять на самочувствие. Когда вы дочитаете эту главу, встаньте и походите минуту мелкими, семенящими шагами, глядя себе под ноги. Это прекрасный способ вогнать себя в депрессию. «Просидите целый день в скорбной позе, вздыхая и отвечая на все вопросы мрачным голосом, и вам станет еще тоскливее», — писал Уильям Джеймс (James, 1890, p. 463). Хотите почувствовать себя лучше? Походите в течение минуты широким шагом, размахивая руками и глядя

вперед. Участникам эксперимента, проведенного Сарой Содграсс, это удалось (Snodgrass, 1986). А вам?

<Я могу наблюдать за собой и за своими действиями так, словно речь идет о ком-то другом. *Анна Франк*, Дневник маленькой девочки, 1947>

Если внешние проявления эмоций влияют на сами эмоции, можно ли, копируя окружающих, понять, что они чувствуют? Результаты эксперимента, проведенного Катрин Бернс Вон и Джоном Ланцеттой, позволяют ответить утвердительно (Katherine Burns Vaughan & Lanzetta, 1981). Участники этого эксперимента, студенты Дартмутского колледжа, должны были наблюдать за человеком, получавшим удары электрическим током. Некоторых наблюдателей просили в момент удара изобразить на лице боль. Если правы Фрейд и другие психологи и если выражение эмоций действительно ведет к освобождению от них, внешнее проявление боли должно «облегчить душу» (Cacioppo et al., 1991). На самом же деле наблюдатели, изображавшие на лицах боль, при каждом ударе током потели интенсивнее, чем остальные наблюдатели, и частота пульса была у них выше. Очевидно, что эти наблюдатели, изображая эмоции другого человека, почувствовали к нему большую эмпатию. Мораль: если хотите понять, что чувствует другой человек, пусть ваше лицо, как зеркало, отразит выражение его лица.



Естественное подражание и «эмоциональное инфицирование». Синхронизируя свои позы и движения подобно тому, как это делают участники эксперимента проведенного Фрэнком Берньери и его коллегами и записанного на видеопленку, люди ощущают большую взаимную гармонию

Для этого не нужно прилагать никаких специальных усилий. Наблюдая за лицами окружающих, их позами и голосами, мы естественно и бессознательно шаг за шагом повторяем их реакции (Hatfield et al., 1992). Мы синхронизируем свои движения, позы и интонации с их движениями, позами и интонациями, что помогает нам «настроиться на волну их эмоций». Это также способствует «эмоциональному инфицированию» и помогает понять, почему общение со счастливыми людьми улучшает настроение, а с несчастными — ухудшает его (Модуль А).

Выражение лица влияет также и на наши установки. Это доказали Гэри Уэллс и Ричард Петти, проведя неординарный эксперимент, участники которого, студенты Университета Альберты [Альберта — провинция в Канаде. — *Примеч. перев.*], «проверяли работу наушников»: они слушали передовую статью из газеты, которую читал диктор радио, и должны были утвердительно кивать или отрицательно качать головой. Кто был более других согласен с содержанием статьи? Те, кто кивал утвердительно. Почему? Уэллс и Петти пришли к выводу о том, что согласие (позитивные мысли) совместимо с движениями головы в вертикальной плоскости и несовместимо с движениями в горизонтальной. Проверьте это на себе, слушая кого-либо. Когда вы чувствуете большее согласие с говорящим? Когда киваете головой или когда качаете ею?

<Если в знак согласия вам кивают головой, значит, вы не в Болгарии, ибо в Болгарии это означает «нет».>

Еще более забавный эксперимент был проведен Джоном Качоппо и его коллегами (Cacioppo et al., 1993). Они просили испытуемых оценить китайские иероглифы, одновременно поднимая руки вверх (словно поднося еду ко рту) или опуская их вниз (словно отталкивая от себя кого-то или что-то). Как вы думаете, какие движения «породили» самые высокие рейтинги? Конечно, первые. (Попробуйте приподнять стол, подложив под столешницу повернутые вверх ладони, а потом надавите на нее ладонями. Какое из этих движений вызвало у вас более положительные чувства? Может быть, именно этот феномен, заключающийся в том, что движения влияют на чувства, и объясняет, почему люди лучше чувствуют себя на тех приемах, где им приходится держать в руках тарелку с закусками или бокал?) Студенты Вюрцбургского университета — участники эксперимента, проведенного Роландом

Ньюманном и Фрицем Штракком, — должны были на скорость распознавать разные слова как негативные или позитивные (Neumann & Strack, 2000). Каждый студент реагировал на слова, нажимая левую или правую кнопки (используя два пальца одной руки). Одновременно вторая рука либо поднималась вверх (работали мускулы приближения), либо опускалась вниз и отводилась в сторону. Вы уже догадались, каков был результат? Студенты быстрее классифицировали позитивные слова, если вторая рука активировала позитивную мышечную реакцию «приближения».

Сверхоправдание и внутренняя мотивация

Вспомните эффект недостаточного оправдания: наименьший побудительный стимул, способный заставить людей сделать что-либо, — как правило, наиболее эффективный способ внушить им приверженность этим действиям и в дальнейшем. Одно из возможных объяснений этого феномена предлагает теория когнитивного диссонанса: если внешней стимуляции недостаточно для оправдания нашего поведения, мы уменьшаем диссонанс, находя оправдания внутри самих себя.

Теория самовосприятия предлагает другую трактовку: люди объясняют свое поведение, замечая те условия, при которых оно имеет место. Представьте себе, что вы слушаете оратора, ратующего за повышение платы за обучение после того, как ему заплатили за выступление $20 долларов. Без сомнения, его слова покажутся вам менее искренними, чем показались бы, если вы думали, что он высказывает это мнение бескорыстно. Возможно, мы делаем аналогичные выводы и тогда, когда наблюдаем за собой.

<Действия, а не созерцание — вот лучший путь к самопознанию. *Гёте* (1749-1832)>

Сторонники теории самовосприятия идут даже чуточку дальше. Вопреки представлению о том, что вознаграждения всегда усиливают мотивацию, они высказывают предположение, что ненужные вознаграждения иногда имеют скрытую цену. Вознаграждения, получаемые людьми за то, что они уже и так делают с удовольствием, могут привести к тому, что они припишут свои действия именно вознаграждению, а это может подорвать их самовосприятие, согласно которому они ведут себя именно так, поскольку это соответствует их собственному желанию. Результаты экспериментов, проведенных в Рочестерском университете Эдвардом Диси и Ричардом Райаном (Deci & Ryan, 1991, 1997), в Стэнфордском университете Марком Леппером и Дэвидом Грином (Lepper & Green, 1979) и в Университете Колорадо Энн Боджиано и ее коллегами (Boggiano et al., 1985, 1987), подтверждают существование этого **эффекта сверхоправдания**. Платите людям за игру с головоломками, и они станут интересоваться ими меньше, чем те, кому не платят за это. Пообещайте детям вознаграждение за то, что они и так делают с удовольствием (например, за игру с «волшебными маркерами»), — и они превратят игру в работу (см. рис. 4.3).

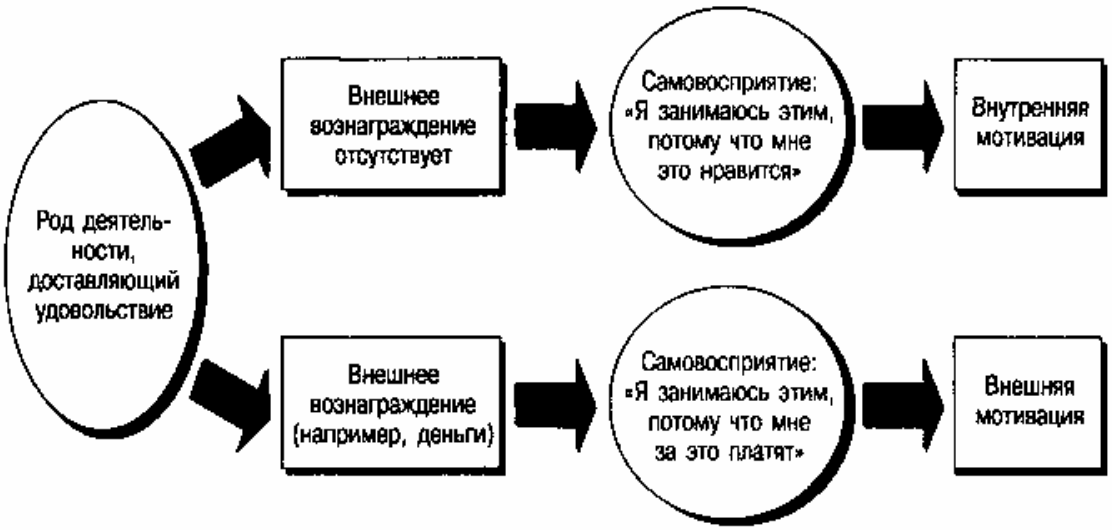


Рис. 4.3. Когда люди без всякого вознаграждения или принуждения занимаются тем, что им нравится, они объясняют свои действия склонностью к данной деятельности. Вознаграждение, «поступающее извне», потому подрывает внутреннюю мотивацию, что заставляет людей именно ему

приписывать свое поведение

Одна народная сказка служит прекрасной иллюстрацией эффекта сверхоправдания. Мальчишки ежедневно затевали шумные игры на улице, где жил одинокий старик. Шум раздражал старика, и вот однажды, позвав детей к себе, он сказал им, что любит веселые детские голоса и заплатит каждому из них по 50 центов, если они и завтра будут играть возле его дома. Назавтра мальчишки прибежали и шумели больше обычного. Старик «оплатил их услуги» и пообещал заплатить и на следующий день. Дети не заставили себя долго ждать, их крики — тоже, и старик снова дал им деньги: но на этот раз по 25 центов. Следующий день оказался для мальчишек менее «урожайным»: старик заплатил им только по 15 центов, предупредив, что деньги у него на исходе. «Завтра я смогу заплатить вам только по 10 центов, но я очень прошу вас прийти», — сказал он. Разочарованные дети ответили, что больше не придут. Десять центов, решили они, не такие деньги, чтобы ради них стоило играть возле его дома целый день.

Как следует из теории самовосприятия, неожиданное вознаграждение не уменьшает внутреннего интереса, поскольку оно не лишает людей возможности объяснять свои действия собственной мотивацией (Bradley & Mannell, 1984; Tang & Hall, 1994). (В данном случае уместна аналогия с героиней сказки, которая узнает, что дровосек, в которого она влюблена, на самом деле — принц.) И если похвала за хорошо сделанную работу вселяет в нас уверенность в собственной компетентности и успешности, результатом этого может стать реальное усиление внутренней мотивации. Правильный подход к вознаграждениям может также способствовать расцвету креативности (Eisenberger et al., 1999).

Эффект сверхоправдания проявляется тогда, когда кто-либо заранее предлагает ненужное вознаграждение с явной целью контролировать поведение. В данной ситуации важно, о каком именно вознаграждении идет речь. Награды и похвала, информирующие людей об их достижениях (заставляющие их гордиться собой: «А у меня это здорово получается!»), усиливают внутреннюю мотивацию. Вознаграждения, цель которых — контролировать людей и заставить их поверить в то, что их усилия объясняются именно ими («Я сделал это ради денег»), уменьшают внутреннюю привлекательность дела, в целом доставляющего удовольствие (Rosenfeld et al., 1980; Sansone, 1986).

Что же можно сделать для того, чтобы люди получали удовольствие и от тех дел, которые лишены для них внутренней привлекательности? У юной Марии первые уроки игры на фортепиано могут вызвать фрустрацию. В душе Томми может не иметь никакой склонности к тем предметам, которые изучаются в пятом классе. А Сандра, возможно, вовсе не в восторге от первых предстоящих ей телефонных звонков с предложениями тех или иных товаров. В подобных ситуациях родители, учитель или менеджер, чтобы подтолкнуть к желательным действиям, наверное, должны прибегнуть к какой-то внешней стимуляции (Boggiano & Ruble, 1985; Workman & Williams, 1980). Получив от человека согласие на совершение желательных для вас действий, предложите ему какой-нибудь внутренний мотив, оправдывающий его в собственных глазах: «Меня нисколько не удивляет, что торговля по телефону идет успешно: вы так хорошо разговариваете с людьми!»

Если мы предложим студентам оправдание, достаточное всего лишь для выполнения учебных заданий, и используем награды и эпитеты, которые помогут студентам почувствовать себя компетентными, то сможем сделать их обучение более радостным, а стремление к самостоятельному постижению предмета — более сильным. Когда моментов, оправдывающих те или иные действия, слишком много, что бывает, например, в классе, где правила поведения диктует учитель, который использует вознаграждения для контроля над детьми, стремление последних к овладению знаниями может уменьшаться (Deci & Ryan, 1985, 1991). До тех пор пока при нашей библиотеке не открылся читательский клуб и не стало известно, что для тех, кто прочитает не менее 10 книг за три месяца, будет организована вечеринка, мой младший сын «проглатывал» за неделю 6 или 8 библиотечных книг. С момента открытия клуба прошло всего три недели, а он — во время наших еженедельных визитов в библиотеку — уже стал отбирать для себя не более двух книг. Почему? «Разве ты забыл, что нужно прочитать всего 10 книг?»

Сравнивая теории

Почему наши действия могут влиять на наши установки? Ответ на этот вопрос, который дает

теория самопрезентации, нам уже известен. Мы также рассмотрели два возможных ответа на вопрос, почему наше поведение действительно влияет на установки: теория когнитивного диссонанса исходит из того, что мы оправдываем свое поведение, чтобы уменьшить внутренний дискомфорт; согласно теории самовосприятия, это происходит потому, что мы наблюдаем за своим поведением точно так же, как мы наблюдаем за окружающими, и делаем обоснованные выводы о собственных установках.

(— Мама, у меня потрясающая идея! Что, если вы с папой будете платить мне по 10 баксов за каждую отметку «отлично» в дневнике? — Мне эта идея не кажется потрясающей.

— Очень даже зря! Представляешь, каким это будет стимулом?! — Психологи так не считают!

— Здорово! Можно было сразу догадаться, на чьей стороне вы будете! Большого ума для этого не требуется!

— Психологи убеждены, что дети, которым платят за отметки, в конце концов начинают учиться хуже тех, кто учится потому, что хочет быть образованным человеком!

— Еще одна идея этих яйцеголовых! Они мечтают о том, как насолить детям! Неужели им нечем заняться?! — Это их работа!)

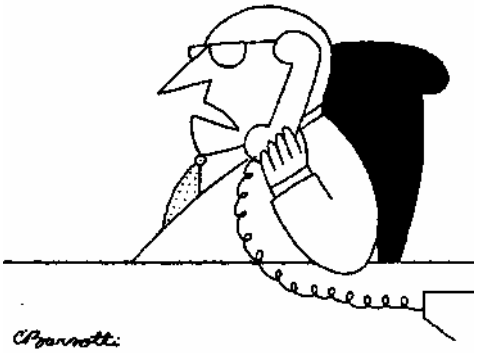
Похоже, два последних объяснения противоречат друг другу. Какое же из них верное? Однозначно ответить на этот вопрос трудно. Во многих случаях они позволяют сделать одинаковые прогнозы, и каждая из этих теорий может быть использована для объяснения большинства из представленных выше экспериментальных данных (Greenwald, 1975). Дарил Бем, создатель теории самовосприятия, даже предположил, что выбор в пользу одной из них, в конечном итоге, — дело вкуса и склонностей исследователя (Bem, 1972). Подобное предположение — иллюстрация субъективности научного знания (см. главу 1). Ни теория диссонанса, ни теория самовосприятия не получены нами, если так можно выразиться, из рук самой природы. Обе они — плод человеческого воображения, творческие попытки упростить и объяснить то, что мы наблюдаем.

В науке достаточно часто оказывается, что тот или иной принцип, например такой, как «установки суть следствие поведения», может быть спрогнозирован на основании не одной, а нескольких теорий. Физик Ричард Фейнман восхищался тем, что «одной из потрясающих особенностей природы» является «широкий спектр замечательных способов», к которым мы можем прибегать для того, чтобы описывать ее: «То, что правильные законы физики, судя по всему, могут быть выражены способами, отличающимися воистину безграничным разнообразием, просто не укладывается у меня в голове» (Feynman, 1967, p. 53-55). Разные совокупности допущений, приводящие к одному и тому же выводу, подобны разным дорогам, ведущим в одну и ту же географическую точку. Можно даже сказать: если принцип базируется не на одной, а на нескольких теориях, наше доверие к нему и его ценность в наших глазах возрастают.

Диссонанс как возбуждение

Можно ли сказать, что одна из наших теорий лучше другой? Справедливость теории когнитивного диссонанса доказывается одним принципиальным обстоятельством. Вспомните, что, согласно определению, диссонанс — это возбужденное состояние, являющееся следствием некомфортного напряжения. Согласно теории когнитивного диссонанса, изменение установок есть результат стремления уменьшить последний. Теория самовосприятия ничего не говорит о напряжении, возникающем тогда, когда наши действия не согласуются с нашими установками. Она исходит лишь из того, что когда наши установки слабы, мы тестируем их с помощью своих поступков и их последствий (здесь уместна аналогия с человеком, сказавшим: «Чтобы узнать, как я к этому отношусь, мне сначала нужно услышать, что я говорю по этому поводу»).

Являются ли обстоятельства, которые, как полагают, вызывают диссонанс (например, принятие человеком решений или совершение им поступков, противоречащих его установкам), действительно источником дискомфорта и возбуждения? Безусловно, да, особенно если действия имели нежелательные последствия и человек чувствует себя ответственным за них (Cooper, 1999). Если наедине с самим собой вы скажете нечто такое, во что не верите, диссонанс будет минимальным. Однако сила его многократно возрастет, если сказанное вами повлекло за собой неприятности, например если кто-нибудь, услышав ваши слова, поверил вам; если негативные последствия этого неизбежны и если при этом вред причинен человеку, которого вы любите. А если к тому же вы чувствуете свою ответственность за это — поскольку вам нелегко оправдать свои действия, потому что вы легко согласились на них или потому что должны были предвидеть их последствия, — дискомфорт и диссонанс неизбежны. Более того, они дадут о себе знать такими проявлениями, как повышенное потоотделение и участившееся сердцебиение (Cacioppo & Petty, 1986; Croyle & Cooper, 1983; Losch & Cacioppo, 1990). Итак, *человек, чувствующий, что неприятные события происходят по его вине, испытывает возбуждение диссонанса*.



(— Нет, Хоскинс, вы сделаете это вовсе не потому, что я приказываю вам. Вы сделаете это потому, что верите.)

Интернализация навязанного поведения — редкое явление

Почему добровольное согласие говорить или делать неприятные вещи столь сильно «взвинчивают» человека? По мнению Клода Стила, причина заключается в том, что такие события вызывают замешательство (Steele, 1988). Мы чувствуем себя дураками. Они угрожают нашему ощущению собственной компетентности и порядочности. Следовательно, оправдание собственных действий является актом самоутверждения, оно защищает и поддерживает наше восприятие самих себя как нравственных и достойных уважения людей.

Как вы думаете, что происходит, когда мы предлагаем людям, совершившим деяния, которые противоречат их собственным убеждениям, возможность восстановить веру в себя, например сделать какое-нибудь доброе дело? Результаты нескольких экспериментов, проведенных Стилом, свидетельствуют: после восстановления их Я-концепций испытуемые (особенно те из них, которые «вошли в эксперимент» с ярко выраженной Я-концепцией) чувствовали значительно меньшую потребность в оправдании своих поступков (Steele et al., 1993).

<Поразительно, но теория когнитивного диссонанса и через 40 лет после публикации остается такой же убедительной и интересной. *Джек Брем*, социальный психолог, 1999>

Итак, условия, при которых возникает диссонанс, на самом деле вызывают возбуждение, и в первую очередь тогда, когда они создают угрозу позитивному восприятию собственной значимости. Однако необходимо ли это возбуждение для того, чтобы проявился феномен «установки суть следствие поведения»? По мнению Стила и его коллег, ответ должен быть «да» (Steele et al., 1981). Когда вследствие злоупотребления спиртными напитками уровень возбуждения, вызываемого диссонансом, снижается, этот эффект не проявляется. Участники одного из экспериментов, проведенных Стилом и его коллегами, студенты Вашингтонского университета, были вынуждены написать эссе в защиту весьма значительного повышения платы за обучение. Диссонанс, возникавший у них вследствие этого, они уменьшали за счет того, что смягчали свое негативное отношение к этому обстоятельству, но это происходило только в том случае, если после написания неприятного эссе они *не пили* спиртных напитков, якобы по программе эксперимента по дегустации пива и водки.

Хотя после того, как Фестингер опубликовал свою теорию, прошло уже почти полвека, социальные психологи продолжают изучать и обсуждать альтернативные точки зрения на причины возникновения диссонанса. Некоторые полагают, что Фестингер был прав, когда говорил: чтобы спровоцировать незначительное изменение установки, вполне достаточно вести себя вопреки ей, например приватно «признаваться в любви» к отвратительным на вкус напиткам, одновременно осознавая, что это не соответствует действительности (Harmon-Jones et al., 1996, 2000; Johnson et al., 1995; McGregor et al., 1998). Другие утверждают, что решающее значение имеет противоречие между поведением индивидуума и его Я-концепцией (Prislin & Pool, 1996; Stone et al., 1999). Так, японцы, менее озабоченные подтверждением своей Я-концепции, при экспериментальном изучении диссонанса не демонстрируют рационализации поведения, столь часто встречающейся у испытуемых неяпонского происхождения (Heine & Lehman, 1997). Хотя страсти не улеглись до сих пор, ясно, что «теория диссонанса завладела мыслями социальных психологов более, чем какая-либо другая, и продолжает вдохновлять их на проведение новых интересных исследований» (Petty, Wegener & Fabrigar, 1997).

Самовосприятие при отсутствии противоречия самому себе

Будучи источником дискомфорта и возбуждения, диссонанс заставляет человека, совершившего поступок, который противоречит его установкам, искать оправдания своим действиям. Однако теория когнитивного диссонанса не может объяснить всех экспериментальных данных. Когда люди отстаивают какую-либо позицию, принципиально совпадающую с их собственной и лишь незначительно отличающуюся от нее, приемы, которые позволяют им снять напряжение, не приводят к изменению установки (Fazio et al., 1977, 1979). Теория диссонанса не объясняет и эффекта сверхоправдания, ибо выполнение за деньги работы, к которой человек и без того имеет склонность, казалось бы, не должно вызывать большого напряжения. А как быть с ситуациями, при которых поступок вообще не противоречит никакой установке, например с такими, когда человек вынужден улыбаться или гримасничать? В этих случаях тоже не должно быть диссонанса. Для таких случаев готовое объяснение предлагает теория самовосприятия.

Социальная психология в моей жизни

Изучая социальную психологию, я узнала о том, что наши мысли и поступки многочисленными нитями связаны с тем социальным миром, в котором мы живем, и заинтересовалась социальной работой. Круг моих обязанностей — консультирование, оказание помощи группам и их лидерам, участие в программе помощи неимущим или нуждающимся. Поначалу во время таких мероприятий я очень боялась публичных выступлений. Я всегда считала себя интровертом, и необходимость выступать перед незнакомой аудиторией повергала меня в ужас.

Тогда-то я и вспомнила об одном из принципов социальной психологии: поступки изменяют установки. И поняла: следует приложить максимум усилий для того, чтобы он «сработал» в моем случае. С каждым очередным публичным выступлением я становилась все более и более уверенной в себе. Спустя четыре года у меня сформировались такие навыки, что я уже больше не сомневалась в себе. Теперь, с какой бы личной или профессиональной трудностью я ни сталкиваюсь, я повторяю себе то, чему давным-давно научила меня социальная психология, а именно: если я хочу что-либо изменить в своей жизни, нужно начать с того, чтобы вести себя по-другому.

Эми Паттон, Whitworth College, 2000

<Если мы хотим победить наши нежелательные эмоциональные тенденции, мы должны... хладнокровно пройти через внешние проявления тех противоположных тенденций, которые мы намерены культивировать. *Уильям Джеймс*, Что такое эмоции?, 1884>

Короче говоря, положение таково: теория диссонанса успешно объясняет происходящее в тех случаях, когда мы действуем вопреки своим четким установкам: мы испытываем напряжение и, чтобы ослабить его, «подгоняем» установки под поведение. Следовательно, теория диссонанса объясняет изменение установок. В тех же случаях, когда речь идет об установках, которые не сформированы окончательно, теория самовосприятия объясняет их формирование. Совершая поступки и размышляя над ними, мы формируем такие установки, «доступ» к которым в дальнейшем будет для нас менее затруднительным; они и станут направлять наше поведение (Fazio, 1987; Roese & Olson, 1994).

Выводы

Известны три конкурирующие теории, объясняющие влияние поведения на установки. *Теория самопрезентации* исходит из того, что люди, особенно те, которые постоянно наблюдают за своими действиями, стремясь производить на окружающих хорошее впечатление, будут формулировать установки, не противоречащие их поведению. Известно немало экспериментальных доказательств того, что люди, формулируя свои установки, делают это с оглядкой на мнение окружающих. Но эти же данные свидетельствуют также и о том, что изначальная установка действительно несколько изменяется.

Согласно двум другим теориям, наши поступки «запускают» механизм подлинного изменения установки. Сторонники *теории когнитивного диссонанса* объясняют это изменение тем, что человек, совершивший поступок, который противоречит его убеждениям, или принявший важное решение, испытывает определенное напряжение. Чтобы ослабить его, он прибегает к внутреннему оправданию своих действий. Они также полагают, что чем менее значимы внешние факторы, оправдывающие нежелательные поступки, и чем большую ответственность за них мы чувствуем, тем сильнее диссонанс и заметнее изменение установки.

Теория самовосприятия предполагает, что, когда наши установки слабы, мы просто наблюдаем за своим поведением и его последствиями и из них «выводим» установки. Одним из интересных аспектов теории самовосприятия является «эффект сверхоправдания»: вознаграждая людей за деятельность, которая и так нравится им, мы рискуем превратить удовольствие в тяжкий труд (если вознаграждение приводит к тому, что они начинают приписывать свое поведение именно ему). Экспериментально подтверждено, что точные прогнозы могут быть сделаны на основании обеих этих теорий, т. е. можно предположить, что в зависимости от конкретных условий «работает» либо одна из них, либо другая.

Постскриптум автора
Изменяя себя через действие

Хотите, чтобы что-нибудь вошло у вас в привычку, делайте это.
Не хотите, чтобы что-то вошло у вас в привычку, не делайте этого.
Хотите избавиться от привычки, делайте вместо привычного действия что-нибудь другое.
Эпиктет, римский философ-стоик

Изложенный в этой главе принцип, согласно которому поведение формирует установки, преподносит нам урок, весьма полезный в реальной жизни: если мы действительно хотим изменить в себе что-либо, лучше не ждать озарения и не заниматься самокопанием. Иногда необходимо начать действовать: взяться за написание той самой статьи, сделать те самые телефонные звонки и встретиться с тем самым человеком, даже если нам этого совсем не хочется. Именно эту способность действия

рождать энергию и имел в виду Жак Барзун, когда советовал честолюбивым писателям браться за перо даже тогда, когда рефлексия лишила их веры в собственные идеи: «Если вы излишне скромны или слишком равнодушны к своему потенциальному читателю, и все же вас просят писать, вам не остается ничего другого, как притвориться. Заставьте себя поверить в то, что вы хотите привлечь кого-то на свою сторону; иными словами, придумайте какой-нибудь тезис и начните разъяснять его... Вначале от вас потребуется некоторое усилие, чтобы ответить на вызов, брошенный вашему умению излагать собственные мысли, но вскоре вы заметите, что от притворства не осталось и следа и что оно сменилось искренней заинтересованностью. Тема завладеет вашим воображением: с вами произойдет то, что происходит со всеми писателями, втянувшимися в регулярную работу» (Barzun, 1975, pp. 173-174).

В феномене «установка суть следствие поведения» нет ничего иррационального или магического. То, что подталкивает нас к действию, способно также подтолкнуть нас и к тому, чтобы думать. Написание эссе или исполнение роли, противоречащих нашим убеждениям, вынуждает нас рассматривать такие аргументы, на которые при других обстоятельствах мы бы не обратили внимания. Не менее важно и то, что мы лучше всего запоминаем информацию тогда, когда активно объясняем ее собственными словами. Как написал мне один мой студент, он только тогда понял свои убеждения, когда попытался сформулировать их. А это значит, что я как педагог и писатель должен постоянно напоминать себе: не всегда следует «выкладывать на стол» окончательные результаты. Значительно лучше стимулировать собственное мышление студентов, побуждать их вникать в суть теорий и превращать их в активных слушателей и читателей. Даже записи, сделанные во время лекции, усиливают впечатление от нее. Именно об этом писал более 100 лет тому назад философ-психолог Уильям Джеймс: «Нет никакого восприятия без реакции, никакого впечатления без связанного с ним выражения — это величайшая максима, которую никогда не должен забывать учитель» (James, 1899).

Часть II. Социальное влияние

До сих пор мы преимущественно обсуждали то, что происходит в сознании индивидуума, так сказать, «под его кожным покровом», т. е. то, что мы думаем друг о друге. Теперь же мы переходим к рассмотрению того, что происходит между людьми (на границе «разных кожных покровов»), т. е. к нашим взаимным влияниям и взаимоотношениям. Главы с 5-й по 8-ю посвящены центральной проблеме социальной психологии — социальному влиянию.

Что это за невидимые социальные силы, которые притягивают нас друг к другу и отталкивают друг от друга? Насколько они могущественны? Изучение социального влияния помогает выявлять те самые незримые рычаги, посредством которых наши социальные миры управляют нами. Часть II посвящена весьма тонким социальным механизмам, в том числе связи установок и поведения с культурной традицией (глава 5), социальному конформизму (глава 6), принципам убеждения (глава 7), последствиям принадлежности к группе (глава 8), а также тому, как все это вместе взятое проявляется в повседневной жизни.

Зная о существовании этих влияний, мы можем лучше понять, почему люди чувствуют и ведут себя именно так, а не иначе. Мы также можем стать менее подверженными влиянию тех, кто хочет манипулировать нами вопреки нашим собственным желаниям, и одновременно более успешно влиять на других.

Глава 5. Гены, культура и гендер

Ученым, прилетевшим на Землю из другой Галактики, чтобы изучать вид *Homo sapiens*, не терпелось приступить к делу и реализации своего плана: начать наблюдения над двумя представителями этого вида, отобранными по случайному принципу. Их первый испытуемый — Питер, адвокат из Лос-Анджелеса, один из тех, о которых говорят, что они за словом в карман не лезут. Питер вырос на Восточном побережье, в Нэшвилле, а на Запад перебрался потому, что его привлек «калифорнийский стиль жизни». После женитьбы, завершившейся разводом, Питер женился вторично и теперь наслаждается радостями семейной жизни, стремясь проводить как можно больше времени с

двумя своими детьми. Друзья характеризуют его как уверенного в себе человека, склонного к независимым суждениям, к соревновательности и некоторому «давлению» на окружающих.

Второй объект внимания инопланетян — Томоко — живет вместе с мужем и дочерью в японской деревне, по соседству со своими родителями и родителями мужа. Томоко гордится тем, что она хорошая дочь, преданная жена и заботливая мать. Друзья говорят, что она добра, сердечна, уважительна, а все члены большой семьи Томоко всегда могут рассчитывать на ее помощь и поддержку.

К какому выводу относительно человеческой природы придут инопланетяне, выбравшие для изучения такую малочисленную выборку — двух человек, разного пола и разных культур? Решат ли они, что имеют дело с представителями разных видов, или, напротив, удивятся тому глубокому внутреннему сходству, которое скрывается за внешними различиями?

(— Отличные новости, мистер Вандерфирт. Ваш род происходит от женщины, жившей в Восточной Африке двести тысяч лет тому назад)

Наших современников, ученых-землян, волнуют те же вопросы, что и их коллег-инопланетян. Чем мы, люди, отличаемся друг от друга? Что между нами общего? В современном мире, в котором, по словам историка Артура Шлезингера, социальное расслоение превратилось во «взрывоопасную проблему», это, без сомнения, самые важные вопросы (Schlesinger, 1991). Способны ли мы (вопреки этническим, культурным и гендерным противоречиям, раздирающим наш мир) научиться принимать различия между нами, дорожить своей принадлежностью к определенной культуре и одновременно отдавать себе отчет в том, что все мы — люди? Я убежден в том, что это возможно. Чтобы понять, что питает мою убежденность, предлагаю вам обратиться к эволюционным и культурным корням человеческой природы и посмотреть, в какой мере они могут помочь нам понять сходство и различия между мужчинами и женщинами.

Природа человека и культурные различия

В современных представлениях о сходстве и различиях между людьми доминируют две точки зрения: эволюционистская, подчеркивающая то, что присуще всем людям без исключения, и культурологическая, делающая акцент на различиях между ними. Едва ли не все согласны с тем, что нам нужны оба подхода: наши гены формируют адаптивный человеческий мозг — своеобразный жесткий диск, а культура — источник программного обеспечения для него.

Между Питером и Томоко гораздо больше сходства, чем различий. Будучи членами одной большой семьи, ведущей свое начало от общих предков, они связаны не только принадлежностью к одному и тому же биологическому виду, но и определенными поведенческими тенденциями. В основе их способности воспринимать окружающий мир, испытывать жажду и овладевать языком лежат одни и те же механизмы. И Питер, и Томоко предпочитают сладкое — кислому и одинаково воспринимают цвета радуги. Они и их «родственники», разбросанные по всему земному шару, безошибочно интерпретируют выражения лиц друг друга и знают, что означают нахмуренные брови и улыбка.

Питер и Томоко, так же как и все мы, — в высшей степени социальные существа. Они примыкают к группам, проявляют конформизм и понимают разницу в социальном статусе. Они платят добром за добро, наказывают обидчиков и оплакивают смерть ребенка, В младенчестве, примерно с восьмимесячного возраста, они начинают бояться незнакомых людей; став взрослыми, отдают

предпочтение членам своей собственной группы. Встречаясь с людьми, чьи установки или личностные качества отличаются от их собственных, они проявляют осторожность или неприятие. В какой бы точке земного шара ни оказались наши ученые-инопланетяне, они всюду встретят людей, которые веселятся и танцуют, смеются и плачут, поют и молятся. Повсюду люди предпочитают одиночеству жизнь бок о бок с другими — в семье или в какой-либо общине.

Подобное сходство — следствие самой природы человека, присущей всем нам. Воистину «под кожным покровом» мы все одинаковые.

Эволюция и поведение

Общие особенности поведения, присущие людям, являются следствием нашей принадлежности к одному биологическому виду. Большинство антропологов считают, что 100-200 тыс. лет тому назад все люди были африканцами. Следуя заповеди «плодитесь и размножайтесь, и заселяйте Землю», многие из наших предков, покинув Африку, поселились там, где прежде жили наши двоюродные братья, в том числе и в Европе, вытеснив оттуда неандертальцев. Приспосабливаясь к новым условиям жизни, эти «пионеры» приобрели определенные отличия, которые, по антропологическим меркам, считаются сравнительно недавними и поверхностными. Так, наши предки, поселившиеся значительно севернее экватора, приобрели более светлую кожу, способную синтезировать витамин D и в отсутствие прямого солнечного света. Тем не менее исторически все мы — африканцы.

Происхождение черт, присущих людям как виду и другим биологическим видам, объясняет эволюционная теория, созданная британским натуралистом Чарльзом Дарвином (Darwin, 1859). По мере того как живые организмы изменяются, природа отбирает те из них, кто наилучшим образом приспособлен для выживания и размножения в данных конкретных условиях. Гены, обеспечивавшие качества, которые повышали шансы потомства на выживание, в каждом последующем поколении все более и более закреплялись. Так, в заснеженной Арктике, в конкурентной борьбе победили и ныне доминируют гены, обеспечивающие медведям «камуфляжную одежду» — густой белый мех. Этот процесс **естественного отбора**, давно уже ставший основополагающим принципом биологии, с недавних пор начал» играть важную роль и в психологической науке.

Эволюционная психология изучает, каким образом в результате естественного отбора формируются не только физические особенности, соответствующие определенному контексту, — белый мех полярных медведей, эхолокатор летучей мыши или цветовое зрение человека, — но и психологические черты и нормы социального поведения, благоприятствующие сохранению и распространению полезных генов. По мнению эволюционных психологов, мы такие, какие мы есть, потому, что из наших далеких предков природа отобрала тех, кто предпочитал питательную, калорийную пищу, богатую белками, сахарами и жирами (и не любил горькой и кислой пищи, которая нередко оказывалась токсичной). У тех же, кто не разделял этих предпочтений, было гораздо меньше шансов выжить и передать свои гены потомкам. Как носители определенных генов своих предков, мы унаследовали и их адаптивные предпочтения. Мы склонны к тому же, что помогало им выжить, размножаться и вскармливать потомство так, чтобы оно тоже смогло выжить и размножиться. Выражаясь «биологическим языком», основная цель жизни — оставить после себя внуков.

Взглянув на природу человека с позиции эволюционной теории, убеждаешься в том, насколько мы все похожи друг на друга. Мы не только предпочитаем одну и ту же пищу, но и даем одинаковые ответы на разные социальные вопросы: кому я могу доверять, а кого должен бояться? Кому я должен помогать? Когда и с кем создавать семью? С кем мне лучше не спорить, а кем я могу управлять? Наши эмоциональные и поведенческие ответы на эти вопросы — это те ответы, которые «сработали» и в случае с нашими предками.

<Психологическая наука обретет новый фундамент. *Чарльз Дарвин*, Происхождение видов, 1859>

Эти социальные проблемы приходится решать всем людям, независимо от того, где они живут, поэтому возникла тенденция решать их сходным образом. Так, мы все ранжируем окружающих сообразно их властным полномочиям и статусу. И все имеют свои представления о том, что такое экономическая справедливость (Fiske, 1992). Эволюционные психолога обращают основное внимание на те универсальные характеристики, которые сформировались в результате естественного отбора. Что

же касается разных культур, то они — источники специфических правил, по которым эти общие для всех людей элементы социальной жизни реализуются на практике.

Культура и поведение

Возможно, из всех признаков, присущих всем нам, самым существенным является наша способность к обучению и приспособляемость. Эволюция подготовила нас к жизни в изменяющемся мире, обеспечила возможность адаптации к разным условиям — от экваториальных джунглей до арктических льдов. Пчел, птиц и бульдогов «природа держит на значительно более коротком генетическом поводке», чем человека. Ирония заключается в том, что именно общие биологические особенности, присущие всем представителям вида *Homo sapiens*, являются основой нашего культурного многообразия. Благодаря этому представители одной культуры ценят быстроту реакции, приветствуют искренность или считают нормой добрачный секс, в то время как представители другой культуры отрицательно относятся и к тому, и к другому, и к третьему (рис. 5.1). Что является для нас синонимом красоты — изящная фигура или упитанность, — зависит от того, где и когда мы живем. Что означает для нас термин «социальная справедливость» — «уравниловку» (все получают одинаково) или равенство (тот, кто больше производит, получает больше), — зависит от того, под влиянием какой идеологии — марксистской или капиталистической — сформировалось наше сознание. Как мы ведем себя — эмоционально или сдержанно, непринужденно или формально, — отчасти зависит от того, в какой — африканской, европейской или азиатской культуре — мы воспитаны.

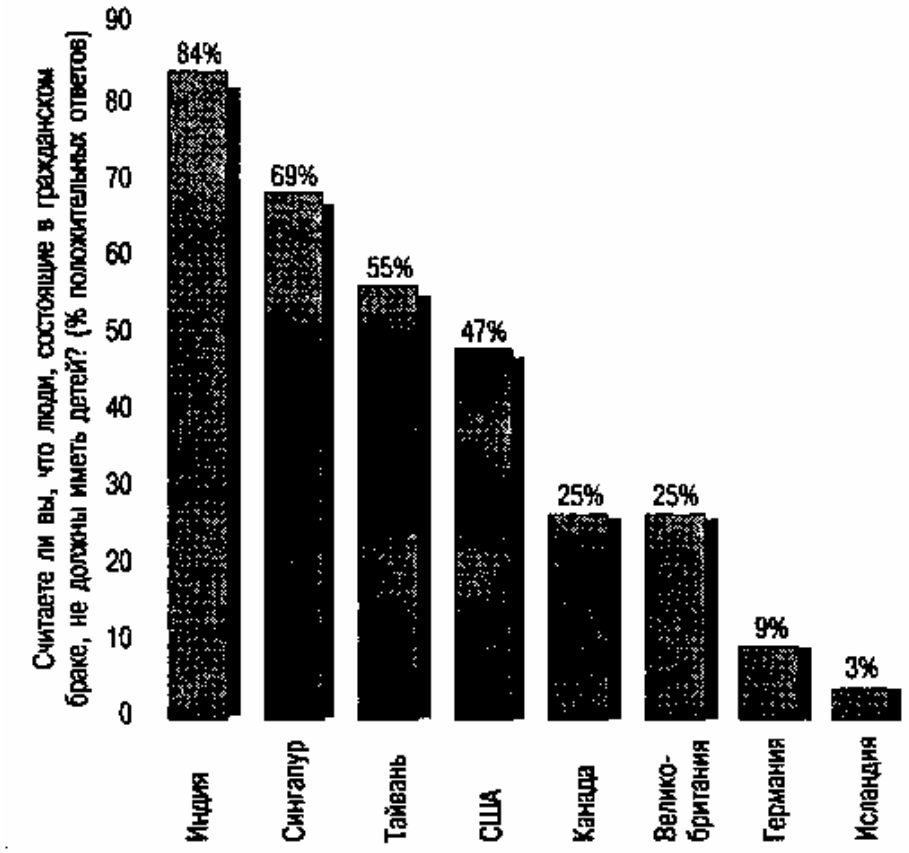


Рис. 5.1. Культурные различия. Результаты социологического опроса, проведенного Институтом Гэллапа в 1997 г. (*Источник*: Gallup & Lindsay, 1999)

Эволюционные психологи учитывают и воздействие окружающей среды. Критериями естественного отбора для людей стали не только умственные способности и физическая сила, но и социальная компетентность. Природа подготовила нас к изучению языков и сотрудничеству с окружающими для поиска пищи, защиты собственной жизни и выращивания потомства. А это значит, что все мы, независимо от культуры, к которой принадлежим, от рождения наделены способностью к

обучению (Fiske et al., 1998). Сторонники культурологического подхода, признавая, что все формы поведения обусловлены генами, доставшимися нам в результате эволюции, выдвигают на первый план адаптивность человека.

Культурные различия

Разнообразие языков, обычаев и форм поведения позволяет предположить, что наше поведение преимущественно социально запрограммировано, т. е. не является «элементом жесткого диска». На самом деле «генетический поводок» достаточно длинен. Как подметил социолог Ян Робертсон,

«...американцы едят устриц, но не едят улиток. Французы едят улиток, но не едят кузнечиков. Зулусы едят кузнечиков, по не едят рыбу. Евреи едят рыбу, но не едят свинину. Индусы едят свинину, но не едят говядину. Русские едят говядину, но не едят улиток. Китайцы едят улиток, но не едят людей. Племя жале, живущее в Новой Гвинее, считает мясо человека деликатесом» (Robertson, 1987, p. 67).

Если бы разные этнические группы жили компактно в изолированных регионах мира, как живут до сих пор некоторые этносы, культурные различия не имели бы непосредственного отношения к нашей повседневной жизни. В Японии, где проживают 126 миллионов человек, из которых 125 миллионов — японцы, внутренние культурные различия минимальны по сравнению, например, с Лос-Анджелесом, где в государственных школах учатся носители 82 языков (Iyer, 1993).

Культурное многообразие окружающего нас мира становится все более и более заметным. Мы становимся жителями одной огромной деревни, раскинувшейся по всему земному шару, которые связываются со своими соседями с помощью электронной почты, реактивных лайнеров и международной торговли. Культурные различия проявляются и в пределах государственных границ. Жителям стран Среднего Востока, Северной Ирландии и Косово хорошо известно, что порождаемые ими конфликты нередко превращаются в хроническое противостояние. Межкультурные конфликты были названы «СПИДом международной политики, который может никак не проявляться до поры до времени, а затем вспыхивает и уничтожает целые страны» (Economist, 1991).

<Я убежден в том, что если бы современная психология как наука формировалась, предположим, в Индии, ученые выявили бы там большую часть из тех принципов, которые были выявлены в странах Запада. *Джон Уильямс*, автор исследований по кросс-культурной психологии, 1993>

В наши дни миграция и потоки беженцев перемешивают культуры интенсивнее, чем когда-либо прежде. «Восток есть Восток, а Запад есть Запад, и им никогда не встретиться», — писал в XIX в. английский поэт Редьярд Киплинг. Однако сегодня Восток и Запад, Север и Юг встречаются постоянно. Италия стала вторым домом для многих албанцев, Германия — для турок, Англия — для пакистанцев и выходцев из Вест-Индии; следствия этого «великого переселения народов» — в равной мере и дружба, и вражда. Для жителей Северной Америки и Австралии их родные страны все более и более превращаются в «плавильные котлы» разных культурных традиций. Каждый шестой канадец — эмигрант. Работая, развлекаясь и живя бок о бок с носителями разных культурных традиций, мы начинаем лучше понимать, каким образом эти традиции влияют на нас, и осознавать значение культурных различий. В мире, раздираемом конфликтами, настоящий мир невозможен без уважения к существующим между нами различиям и понимания того, что объединяет нас.

Чтобы понять влияние собственной культуры, достаточно пообщаться с носителями других культурных традиций. Американские мужчины могут испытывать неловкость, видя, как руководители стран Среднего Востока, приветствуя президента США, целуют его в щеку. Немецкому студенту, не избалованному общением с «господином профессором», кажется странным, что на моем факультете двери большинства кабинетов открыты и студенты могут свободно входить в любой из них. Одна иранская студентка, впервые оказавшаяся в американском ресторане «Макдоналдс», долго искала в своем бумажном пакете столовые приборы, пока не увидела, что остальные посетители едят жареный картофель руками. Во многих уголках земного шара ваши и мои самые утонченные манеры будут восприняты как серьезное нарушение этикета. В Японии иностранцам зачастую очень трудно придерживаться принятых там правил общежития, и они толком не знают, когда положено снимать обувь, как наливать чай, когда преподносить и открывать подарки, как вести себя по отношению к человеку, стоящему выше или ниже в социальной иерархии.

Как следует из правил этикета, все культуры имеют собственное представление о том, какое

поведение можно назвать приемлемым. Мы нередко рассматриваем эти социальные ожидания, или нормы, как нечто негативное, заставляющее людей слепо следовать традиции. Действительно, нормы сдерживают и ограничивают нас, причем делают это столь успешно и деликатно, что мы едва ли ощущаем их существование. Каждый из нас чувствует себя в собственной культуре так же свободно и естественно, как рыба в океане, и чтобы почувствовать ее влияние, нам нужно «вынырнуть» из нее. «Когда мы видим, что другие голландцы демонстрируют поведение, которое иностранцы называют "голландским", мы нередко не видим в нем ничего типично голландского» (Koomen & Dijker, 1997).

Нет лучшего способа усвоить нормы собственной культуры, чем пожить среди носителей другой культуры и убедиться в том, что они делают что-то так, а мы делаем то же самое *по-другому*. Живя в Шотландии, я вынужден был признаться своим детям: да, европейцы едят мясо, держа вилку в левой руке зубцами вниз. «Но у нас, у американцев, считается хорошим тоном сначала нарезать мясо, а затем переложить вилку в правую руку. Согласен, это неудобно. Но так у нас принято».

{**Смешение культурных традиций.** Эти, идущие вместе по улице и держащиеся за руки лондонские школьницы, одна из которых — восточных кровей, а вторая — англосаксонских, иллюстрируют сближение в прошлом разобщенных культур, которое происходит вследствие иммиграции и глобализации}

Подобные нормы могут показаться произвольными и ограничивающими нашу свободу. Справедливо ли, что матерей чаще, чем отцов, критикуют за недостаток внимания к семье и чрезмерное внимание к работе (Deutsch & Saxon, 1998)? Социальное поведение можно сравнить со спектаклем: он проходит гладко, если актеры знают свои роли, подобно этому социальное поведение не создает проблем, если известно, чего можно ожидать друг от друга. Нормы — это смазка для социальной машинерии. В незнакомых ситуациях, когда нормы неочевидны, мы наблюдаем за поведением окружающих и следуем их примеру. Индивидуалист, приезжающий в страну с коллективистской по своему духу культурой, поначалу может нервничать и следить за каждым своим шагом (см. главу 2). Сказанное справедливо и в отношении коллективиста, оказавшегося в гостях у индивидуалистов. В знакомых ситуациях ни поступки, ни слова не требуют от нас никаких усилий.

{Каждой культуре присущи свои собственные нормы — правила, определяющие приемлемое и ожидаемое поведение}

Культуры также отличаются друг от друга нормами, регулирующими экспрессивность и **личностное пространство**. Индивидууму, воспитанному в традициях относительно формальной культуры Северной Европы, человек, связанный происхождением с экспрессивной культурой Средиземноморья, может показаться «славным, очаровательным, неделовым и тратящим время попусту». В свою очередь выходец из Средиземноморья, скорее всего, скажет про уроженца Северной Европы, что он «деловой, холодный и слишком озабочен тем, чтобы не потратить зря ни секунды» (Triandis, 1981). Латиноамериканские топ-менеджеры, прибывшие с опозданием на званый обед, могут быть удивлены тем, насколько их североамериканские партнеры привержены пунктуальности.

<Граница моей личности проходит на расстоянии примерно 75 см от моего носа. *В. Оден* (1907-1973)>

Личностное пространство — это как бы окружающий нас пузырь или буферная зона, которую мы создаем между собой и окружающими. Величина этой «зоны» зависит от ситуации. Общаясь с незнакомыми людьми, мы держимся на почтительном расстоянии от них (4 фута [4 фута — 121,9 см. — *Примеч. перев.*] или более). В автобусе, в котором немного пассажиров, или в общественных местах мы защищаем свое пространство и проявляем уважение к личностному пространству других. Друзей мы подпускаем ближе, обычно на расстояние 2-3 фута. [2-3 фута — 60-90 см. — *Примеч. перев.*]

Люди отличаются друг от друга: одним требуется большее личностное пространство, чем другим (Smith, 1981; Sommer, 1969; Stockdale, 1978). То же самое можно сказать и о группах людей: взрослым нужно большее личностное пространство, чем детям. Мужчины держатся на большем расстоянии друг от друга, чем женщины. По неизвестным причинам выходцы из стран, расположенных вблизи экватора, предпочитают такое расстояние, которое не мешает им прикасаться друг к другу и обниматься. Британцы и скандинавы предпочитают большие личностные пространства, чем французы и выходцы из арабских стран, а североамериканцы — большие, чем латиноамериканцы.

Чтобы увидеть последствия вторжения в чужое личностное пространство, сыграйте по отношению к своему приятелю роль агрессора: сядьте или встаньте на расстоянии примерно одного

фута от него и заведите беседу. Как он отреагирует? Будет ли он ерзать, отворачиваться, постарается отстраниться или проявит какие-нибудь иные признаки беспокойства? Именно такие признаки возбуждения жертвы вторжения в личностное пространство отмечали исследователи, изучавшие это явление (Altman & Vinsel, 1978).

Культурное сходство

Различия между культурами обусловлены адаптивностью человека. Однако под покровом культурных различий психологи, занимающиеся кросс-культурными исследованиями, обнаруживают «внутренне присущую им всеобщность» (Lonner, 1980). Мы все — представители одного биологического вида, а потому процессы, определяющие наше поведение, во многом идентичны.

Наряду с «индивидуальными» нормами, характерными для определенных культур, существуют и нормы, присущие всем культурам без исключения. Наиболее известная универсальная норма — запрет на инцест, т. е. запрет на сексуальные отношения между родителями и детьми и между родными братьями и сестрами. Хотя этот запрет нарушается гораздо чаще, чем когда-то думали психологи, эта норма по сию пору не утратила своей универсальности. Нет ни одного общества, которое одобряло бы кровосмешение. Поскольку эволюционным психологам известно, как генетика наказывает за инбридинг (межродственное скрещивание), им легко понять, почему представители абсолютно всех культур не приемлют инцеста.

Известны и универсальные нормы, имеющие отношение к дружбе. Результаты исследований, проведенных Майклом Аргайлом и Моникой Хендерсон в Великобритании, Италии, Гонконге и в Японии, позволяют говорить о существовании в этих странах некоторых индивидуальных культурных норм, определяющих роль друга (в Японии, например, особенно важно не огорчать друга публичной критикой) (Argyle & Henderson, 1985). Однако есть и некоторые безусловно универсальные нормы: уважай личную жизнь своего друга, разговаривая с ним, смотри ему в глаза и умей хранить тайну, доверенную тебе другом. Таковы правила игры, которая называется «дружба». Их нарушение означает конец игры.

<Жермен Грир в *The Female Eunuch* пишет о том, как ласковые обращения, свидетельствующие о неравнодушии к женщине, низводят ее либо до чего-то съедобного, либо до животных: сладкая, овечка, конфетка, сладкий пирожок, котеночек, цыпленочек.>

Роджер Браун отметил еще одну универсальную норму. Повсеместно — а он изучал проблему в странах, говорящих на 27 языках, — люди не только создают иерархии статусов, но и общаются с теми, кто занимает более высокое положение, в той же уважительной манере, в какой они общаются с незнакомыми (Brown, 1965, 1987; см. также: Kroger & Wood, 1992). Общение с теми, кто стоит на более низкой ступени иерархической лестницы, менее официальное и похоже на общение с друзьями, в том числе и обращением по имени. Пациенты обращаются к врачам официально — «Доктор Такой-то и Такой-то», а доктора нередко называют их просто по имени. Аналогичным образом, т. е. «не на равных», общаются между собой профессора и студенты.

Большинство языков, в отличие от английского, в котором есть лишь одно местоимение *you* (вы), имеют два местоимения — уважительное «вы» и фамильярное «ты» (например, *Sie* и *du* в немецком, *vous* и *tu* — во французском, *usted* и *tu* — в испанском). Как правило, фамильярная форма используется при общении с близкими людьми и подчиненными, а также при обращении к детям и к собакам. Немецкий ребенок очень удивится, если вместо «ты» услышит от незнакомца «вы».

Личные имена тоже могут выражать предполагаемое социальное неравенство. По данным Ребекки Рубин, студенты обращаются к молодым женщинам-преподавателям по имени гораздо чаще, чем к мужчинам (Rubin, 1981). Теннисистки не станут отрицать, что спортивные комментаторы называют их исключительно по имени в 53% случаев, в то время как теннисистов они называют по имени лишь в 8% случаев (Harper's Index, 1991).

Первый аспект Брауновской универсальной нормы — формы обращения несут в себе не только информацию о социальной дистанции, но и информацию о социальном статусе — коррелирует с ее вторым аспектом: шаги к сближению обычно предпринимает тот участник отношений, чей статус выше. В Европе, где большинство людей начинают отношения с вежливого, формального обращения друг к другу — «вы», в конце концов переходя к более близким отношениям и доверительному

обращению «ты», кто-то непременно должен выступить в качестве инициатора этого перехода. Как по-вашему, кто именно? В какой-то благоприятный момент более пожилой, богатый или уважаемый из них вполне может сказать: «Почему бы нам не перейти на “ты”?»

Эта норма распространяется не только на обращение, но и на все прочие проявления нарастающей сердечности отношений. Вы скорее попросите карандаш у своего приятеля или подчиненного или похлопаете их по плечу, чем совершите аналогичные поступки по отношению к незнакомым людям или своим боссам. По той же причине президент колледжа, в котором я работаю, сначала сам приглашает коллег к себе домой, а уж потом принимает их приглашения. Следовательно, общий принцип таков: инициатива в том, что касается превращения отношений в более близкие и товарищеские, принадлежит человеку, обладающему более высоким статусом.

(— Все собравшиеся за этим столом любят ванильное мороженое, верно? Отсюда и будем плясать.)

Несмотря на то что каждой культуре присущи собственные нормы и их разнообразие чрезвычайно велико, есть и универсальные нормы, которых мы, люди, стараемся придерживаться

Хотя некоторые нормы и универсальны, сила культурной традиции проявляется как в присущих ей нормах, так и в ролях, которые играют представляющие ее люди. Любая культура влияет на людей, предписывая им исполнение определенных ролей. В главе 4 мы уже рассказывали о феномене, суть которого заключается в том, что человек, исполняющий ту или иную роль, нередко усваивает сопряженное с ней поведение. Поведение превращается в убеждение. Давайте же посмотрим, как культурные традиции влияют на исполнение ролей.

Социальные роли

Весь мир — театр.
В нем женщины, мужчины — все — актеры.
У них свои есть выходы, уходы,
И каждый не одну играет роль.
Вильям Шекспир, Как вам это понравится (пер. Т. Щепкиной-Куперник)

Как и Вильям Шекспир, психологи, изучающие ролевое поведение, исходят из того, что социальная жизнь сродни игре на театральной сцене, со всеми присущими ей особенностями в виде определенных мизансцен, масок и сценариев. Подобно роли Жака — героя комедии «Как вам это понравится», в чьи уста Шекспир вложил приведенные выше слова, — социальные роли переживают своих исполнителей. И, как говорит все тот же Жак, эти роли предоставляют исполнителям определенную свободу и дают возможность импровизировать; хорош спектакль или плох, зависит от того, как исполняется роль. Однако в любой роли есть такие аспекты, которые обязательно должны быть сыграны. Студент, как минимум, должен приходить на экзамены, выполнять курсовые работы и получать оценки не ниже минимально допустимых.

Когда с какой-либо социальной категорией связаны всего лишь несколько норм (например, пешеходы должны ходить по правой стороне тротуара и переходить дорогу только на зеленый свет), мы не считаем подобную ситуацию социальной ролью. Ролью называется то, что оговаривается целым набором норм. Я без труда могу представить длинные перечни норм, оговаривающих мои действия в качестве профессора и отца собственных детей. Я могу позволить себе исполнять эти роли в собственной манере и нарушать наименее значимые нормы (ценя время, я почти всегда появляюсь всюду в последнюю минуту), но нарушение мною самых важных норм (неявка на занятия, насилие над детьми) может закончиться моим увольнением или лишением родительских прав.

Роли — источники сильного влияния. В главе 4 уже говорилось о том, что мы стремимся вживаться в те роли, которые исполняем. На первом свидании или в свой первый рабочий день на новом месте вы постоянно помните о своей роли. По мере ее усвоения постоянный контроль отступает. То, что прежде вызывало неловкость, становится вполне естественным.

Подобные чувства прекрасно известны многим беженцам, иммигрантам, миссионерам, сотрудникам Корпуса мира, а также студентам, обучающимся за границей, менеджерам интернациональных корпораций. Чтобы научиться должным образом общаться и вести себя в чужой стране, требуется какое-то время. Едва ли не все люди, адаптировавшиеся к жизни за границей, по возвращении домой испытывают повторный стресс (Sussman, 2000). «Дым отечества» уже совсем не так «сладок и приятен». Хотя сам человек может даже не заметить этого, но его поведение, нравственные ценности и идентичность сместились таким образом, чтобы облегчить ему вхождение в роль гражданина чужой страны. Прежде чем он снова начнет мыслить и действовать в соответствии с нормами своей собственной культуры, должен пройти определенной период «реаккультурации».

{Наследница Патриция Херст как «Таня»-революционерка (фото слева), и человек, ведущий светский образ жизни (фото справа)}

«Ни в чем социальная психология не расходится так сильно с общественным сознанием, — отмечает Филип Брикман, — как в своем понимании того, каким образом внешние обстоятельства становятся для людей реальностью» (Brickman, 1978). В качестве иллюстрации рассмотрим пример Патриции Херст, дочери газетного магната, похищенной в 1974 г. молодыми революционерами, называвшими себя Симбионистской освободительной армией. [*Symbionese Liberation Army (SLA)* — террористическая группа, созданная в 1973 г. для уничтожения «фашистских насекомых, отравляющих людям жизнь». Бойцами «Армии» были преимущественно хорошо образованные белые подростки из обеспеченных семей, лидером — ранее судимый чернокожий. — *Примеч. науч. ред.*] Оказавшись заложницей, Патриция отреклась от своей прежней жизни, от богатых родителей и своего жениха. Она объявила, что отныне становится сообщницей своих похитителей, попросила окружающих «попытаться понять те перемены, которые произошли» с ней. Через 12 дней банковская телекамера зафиксировала ее участие в вооруженном ограблении, предпринятом членами «Армии».

Через 19 месяцев Херст была поймана и после двухлетнего тюремного заключения и «перепрограммирования» вновь вошла в роль наследницы. Вскоре она стала матерью семейства и писательницей. Живя в штате Коннектикут, в пригороде, она активно занимается благотворительностью (Johnson, 1988; Schiffman, 1999). Если бы Патриция Херст действительно стала убежденной революционеркой и осталась ею или если бы она только притворялась, что разделяет взгляды своих похитителей, люди вполне могли бы понять ее. Но чего они никак не могли взять в толк (и что превратило эту историю в одну из величайших сенсаций 1970-х гг.), так это того, что она, по выражению Брикмана, «действительно могла быть сначала наследницей, потом революционеркой, а затем, похоже, снова наследницей». С ума можно сойти! Вот уж ни с вами, ни со мной такого бы точно не могло случиться. Или могло?

И да, и нет. Как станет понятно из последнего раздела этой главы, наши действия зависят не только от социальной ситуации, но и от наших диспозиций. Не все одинаково реагируют на внешнее давление. Окажись мы с вами в ситуации, в которой оказалась Патриция Херст, наши действия могли бы быть совершенно другими. Тем не менее некоторые социальные ситуации способны подтолкнуть большинство нормальных людей к аномальному поведению. Этот вывод сделан на основании результатов экспериментов, по ходу которых вполне добропорядочных людей «помещали» в скверные ситуации, чтобы посмотреть, что возьмет верх — добро или зло. С ужасающе высокой степенью побеждало зло. Славные парни зачастую оказывались вовсе не такими уж славными.

<Своеобразный триумф общества — и одновременно его поражение — заключается в его способности убедить тех, кто занимает низкий статус, в том, что именно так и должно быть. *Джеймс Болдуин*, Записки чернокожего, 1955>

Роли с высоким и с низким статусом. В романе Джорджа Оруэлла «Скотный двор» животные, свергнув своих хозяев — людей, создают общество, в котором «все животные равны». По мере того как жизнь шла вперед, свиньи, взявшие на себя менеджерские функции, начали отлынивать от работы и вести себя так, как подсказывало им понимание их статуса. «Все животные равны, — убеждали они окружающих. — Но некоторые равнее других».

По мнению Лоуренса Мессе, Норберта Керра и Дэвида Саттлера, оруэлловские свиньи — отнюдь не единственный пример влияния статуса на самовосприятие (Messé, Kerr & Sattler, 1992). И в повседневной жизни, и в лабораторных исследованиях нередки ситуации, когда людям, занявшим более высокое положение, начинает казаться, что они заслуживают уважения или наделены способностью руководить другими. То, что это действительно так, доказали результаты эксперимента «Офис», выполненного Рональдом Хэмфри (Humphrey, 1985). Была проведена жеребьевка, и одни испытуемые стали менеджерами, а другие — клерками. Как и полагается в настоящем офисе, менеджеры командовали клерками и выполняли работу, требовавшую более высокой квалификации. По окончании эксперимента оказалось, что и клерки, и сами менеджеры воспринимают менеджеров (вполне сопоставимых по способностям с клерками, поскольку отбор осуществлялся по случайному принципу) как более толковых, настойчивых и склонных к оказанию помощи, т. е. как настоящих лидеров.

<Боже, помоги мне воздержаться от критики ближнего до тех пор, пока я не пробуду месяц в его положении. *Молитва американских индейцев*>

Аналогичным образом исполнение человеком роли подчиненного способно подорвать его веру в собственные возможности. К такому выводу пришли Эллен Ланджер и Энн Беневенто после того, как провели следующий эксперимент (Langer & Benevento, 1978). Женщины, жительницы Нью-Йорка, решали арифметические задачи. Сначала каждая работала самостоятельно, а затем экспериментаторы разбили испытуемых на пары, назначив одну из женщин «боссом», а вторую — «помощником». После третьего раунда, в котором испытуемые снова работали индивидуально, оказалось, что «боссы» решили больше задач, чем в первом раунде, а «помощницы» — меньше. Аналогичное влияние подчиненного положения на производительность труда отмечено и в экспериментах, проведенных с участием учеников начальной школы (Jemmott & Gonzalez, 1989; Musser & Graziano, 1991). Подчиненное положение подрывает самоэффективность.

Инверсия ролей. Исполнение ролей может быть также и источником позитивного влияния. Активно играя новые роли, люди либо изменяются сами, либо проникаются чувствами тех, чьи роли отличаются от их собственных. Психодрама, одна из форм психотерапии, использует исполнение ролей именно для этой цели. Героиня пьесы Бернарда Шоу «Пигмалион» Элиза Дулитл — кокни [Житель Лондона, уроженец Ист-Энда, представитель рабочих слоев населения. — *Примеч. науч. ред.*], продавщица цветов, обнаружила: если она играет роль леди и другие смотрят на нее как на леди, значит, она и на самом деле леди. То, чего не было, стало реальностью.

Роли нередко бывают «парными», и отношения внутри каждой пары совершенно определенные: мать (отец) — ребенок, муж — жена, учитель — ученик, врач — пациент, работодатель — наемный работник, полиция — гражданин. Инверсия ролей может помочь каждому из участников таких пар лучше понять другого. Основной проблемой многих разговоров и споров Ларошфуко считал повышенное внимание собеседников к их собственным высказываниям и недостаточное внимание к тому, чтобы четко отвечать на вопросы: «Даже самые очаровательные и умные собеседники преимущественно ограничиваются тем, что изображают внимание, ...настолько им не терпится вернуться к своим собственным идеям» (La Rochefoucauld, 1665, No. 139). Следовательно, переговорщик или лидер группы может создать более благоприятные условия для общения, предложив двум сторонам поменяться ролями таким образом, чтобы каждой пришлось защищать точку зрения оппонента. Возможен и другой вариант: каждой стороне, прежде чем она приступит к изложению собственной позиции, можно предложить изложить позицию оппонента таким образом, чтобы оппонент остался доволен изложением. В следующий раз, когда у вас возникнет трудный спор с другом или с кем-нибудь из родителей, остановитесь. Если каждый из вас воспроизведет аргументы другого и попробует представить себе его чувства, прежде чем дать волю своим собственным, ваше

взаимопонимание только выиграет от этого.

Итак, до сих пор мы говорили о биологическом сходстве, которое существует между всеми нами, людьми, — представителями одного биологического вида, о культурных различиях, о том, как нормы и роли варьируются внутри каждой культуры, и о том, чем нормы и роли одной культуры отличаются от норм и ролей другой. Помните, что основная цель социальной психологии — не поиск различий, а выявление универсальных принципов поведения. Нашей целью является то, что психолог Уолтер Лоннер, специалист по кросс-культурной проблематике, назвал «универсальной психологией — психологией, которая имеет ясную цель и работает в Риме и в Ботсване ничуть не хуже, чем в Омахе или в Осаке» (Lonner, 1989).

Установки и поведение всегда зависят от культуры, но процессы, посредством которых установки влияют на поведение, зависят от нее в значительно меньшей степени. Ожидания, которые связывают с подростками жители Нигерии и Японии, отличны от ожиданий, которые связывают с ними жители Северной Америки и Европы, но во всех культурах социальные отношения направляются надеждами, которые возлагаются на исполнителей тех или иных ролей. Почти 100 лет тому назад эту мысль прекрасно выразил Г. К. Честертон: «В тот самый момент, когда кто-то догадается, почему мужчины на Бонд-стрит носят черные шляпы, он одновременно поймет, почему мужчины в Тимбукту носят красные перья».

Резюме

Что общего между нами, людьми, чем мы отличаемся друг от друга и почему? Эволюционные психологи изучают, как в результате естественного отбора сохранялись полезные черты, обеспечивающие передачу определенных генов от одного поколения к другому. Хотя человеческая способность к научению и адаптации (благодаря которой мы и отличаемся друг от друга) — тоже часть наследства, доставшегося нам от эволюции, *эволюционистская точка зрения* подчеркивает наше сходство, являющееся следствием общей человеческой природы.

Культурологическая точка зрения подчеркивает различия между людьми — поведение, идеи и традиции, которые помогают идентифицировать группу и передаются из поколения в поколение. Огромное разнообразие установок и форм проявления поведения, характерное для каждой культуры, свидетельствует о том, в какой мере мы являемся творениями норм и ролей собственной культуры.

Тем не менее психологи, проводящие кросс-культурные исследования, озабочены поисками того, что они называют «универсальными нормами» всех людей. Так, вопреки существующим между ними различиям, культуры имеют и некоторые общие нормы. К таким безусловно универсальным нормам относится и норма, регламентирующая взаимоотношения людей, статусы которых различны.

Все культуры предписывают людям исполнение социальных ролей, следствием чего нередко становится интернализация «изображаемого» поведения. А это значит, что можно воспринять и другую точку зрения, начав играть другую роль.

Гендерные различия и сходства

И эволюционные психологи, и психологи — сторонники культурологического подхода стремятся объяснить различия между полами. Прежде чем приступить к рассмотрению этих точек зрения, давайте выясним, что же нуждается в объяснении. Что общего между мужчинами и женщинами? Чем они отличаются друг от друга и почему?

Люди отличаются друг от друга многими чисто внешним параметрами, например ростом, весом, цветом волос. Этот перечень легко можно продолжить. Однако для Я-концепций и *для* социальных отношений наибольшее значение имеют два параметра, на которые окружающие реагируют в первую очередь: расовая принадлежность и, конечно, пол (Stangor et al., 1992). Рост и цвет волос могут повлиять на Я-концепцию и самоидентификацию, на выбор друзей и сексуальных партнеров и на отношение к нам окружающих. Однако этническая принадлежность и пол имеют несравнимо большее значение. Когда вы появились на свет, первое, что захотели узнать окружающие, — кто родился, мальчик или девочка. Если ребенок одет так, что его пол трудно определить, окружающие не знают, как

реагировать на него. Когда выясняется, что новорожденный — гермафродит, т. е. имеет и мужские и женские половые органы, врачи и родственники оказываются перед необходимостью «причислить» ребенка к мужчинам или к женщинам, даже если для этого нужно прибегнуть к помощи хирургии. В этом нет ничего удивительного: каждый человек *должен* принадлежать к определенному полу. Между днем и ночью есть сумерки, а между мужчинами и женщинами, с точки зрения социологии, — пустота.

О том, как расовая принадлежность и пол влияют на отношение к нам окружающих, будет рассказано в главе 9. Сейчас же давайте поговорим о гендере — о качествах, ассоциирующихся у людей с мужчинами и с женщинами. Какого поведения обычно ждут от мужчин, потому что именно оно считается типично мужским? А что такое типично женское поведение?

«Из 46 хромосом человеческого генома 45 у обоих полов одинаковы», — пишет Джудит Рич Харрис (Harris, 1998). Следовательно, у мужчин и женщин много общих физических черт. Например, мальчики и девочки начинают садиться, ходить и «обзаводиться зубами» в одном и том же возрасте. Они похожи друг на друга и по многим психологическим параметрам: их роднят словарный запас, креативность, интеллект, самоуважение и представления о счастье. Значит ли это, что можно сделать следующий вывод: мужчины и женщины в основном одинаковы и отличаются друг от друга лишь несущественными анатомическими деталями, имеющими значение лишь в совершенно определенных ситуациях?

На самом деле мужчины и женщины отличаются друг от друга, и именно это обстоятельство, а не сходство, привлекает внимание и становится предметом изучения. И в повседневной жизни, и в науке интерес вызывают различия. По сравнению со среднестатистическим мужчиной в среднестатистической женщине на 70% больше жира, на 40% меньше мышц, и она на 5 дюймов (12,5 см) ниже ростом. Мужчины вступают в пубертатный период на 2 года позднее, среди них в 20 раз больше дальтоников, а продолжительность их жизни меньше на 5 лет. Женщины в 2 раза чаще страдают от тревожности и депрессии. У них несколько лучше развито обоняние, и они легче возбуждаются сразу после оргазма. Среди мужчин в 3 раза больше самоубийц и в 5 раз больше алкоголиков, чем среди женщин. Мальчики чаще демонстрируют синдром гиперактивности или нарушения речи, а во взрослом состоянии — антисоциальное поведение и способность шевелить ушами.

<Даже в том, что касается физических возможностей, индивидуальные различия между мужчинами и между женщинами значительно превосходят различие между среднестатистическими мужчиной и женщиной. Дон Сколландер, проплывший на Олимпиаде в 1964 г. 400-метровую дистанцию свободным стилем за 4 минуты 12 секунд и установивший мировой рекорд, был бы лишь седьмым, если бы на Олимпиаде в 2000 г. принял участие в заплыве женщин; он проиграл бы победительнице Брук Беннетт 7 секунд.>

В 1970-е гг. многие исследователи выражали беспокойство по поводу того, что изучение подобных приведенным выше гендерных различий может привести к упрочению стереотипного восприятия. Не будут ли гендерные различия толковаться во вред женщинам, как их неполноценность? Повышенное внимание к гендерным различиям «создаст оружие, которое будет направлено против женщин», — предостерегал социолог Джесси Бернард (Bernard, 1976, p. 13). Изучение различий и их объяснение, как правило, действительно требуют повышенного внимания к группе, которая воспринимается как «другая». Так, при обсуждении несходства политических пристрастий мужчин и женщин, проявившегося во время президентских выборов, комментаторы больше удивлялись тому, что женщины отдают предпочтение либералам, чем тому, что мужчины голосуют за консерваторов. Людей больше интересуют истоки гомосексуальности, нежели происхождение гетеросексуальности (или, от чего зависит сексуальная ориентация). Люди спрашивают, почему среди американцев азиатского происхождения так много людей, способных к математике и естественным наукам, но не спрашивают, почему в других группах их меньше. В любом случае, приняв за стандарт одну группу, люди пытаются понять, почему другая «отличается» от нее. А от «несходства» порой всего один шаг до «отклонений» и «несоответствия стандарту».

Начиная с 1980-х гг. исследователи, изучавшие гендерные различия, почувствовали себя свободнее. Изначально они поддерживали идею равенства полов, стараясь уменьшить влияние раздутых стереотипов. Затем, в 1980-е и 1990-е гг., было выявлено немало гендерных различий, столь же значительных, как и «важные» поведенческие различия, выявленные психологами других специальностей (Eagly, 1995). Хотя результаты этих исследований подтверждают некоторые

стереотипные представления о женщинах, в частности то, что они менее агрессивны, более образованны и более эмоциональны, чем мужчины, это как раз те качества, которые поднимают на щит многие феминисты и которым отдает предпочтение большинство людей. Поэтому нет ничего удивительного в том, что большинство опрошенных оценили свое отношение к «женщинам» как более благосклонное, чем отношение к «мужчинам» (Eagly, 1994; Haddock & Zanna, 1994).

<Не должно быть никаких сомнений в необходимости объективного изучения расовых и гендерных различий; наука испытывает огромную потребность в непредвзятых исследованиях, которые... содержат информацию, необходимую нам для того, чтобы помочь преуспеть в нашем обществе тем людям, которые явно недостаточно представлены в нем. Мы не страусы и не можем позволить себе прятать голову в песок из страха перед «социально неудобными» сведениями. *Сандра Скарр*, специалист в области психологии развития, 1988>

Давайте сравним социальные связи, доминирование, агрессивность и сексуальность мужчин и женщин. Сделав это, мы сможем понять, как их происхождение объясняют эволюционная и культурологическая теории. Отражают ли гендерные различия тенденции, предопределенные естественным отбором? Или они — продукт культуры и являются отражением тех ролей, которые исполняют мужчины и женщины, и тех ситуаций, в которых они действуют?

Независимость или взаимосвязь?

Взгляды на жизнь и поведение отдельных представителей мужского пола варьируют от жесточайшей соревновательности до нежнейшей заботы о ближних. То же самое можно сказать и о женщинах. Не отрицая этого, психологи Нэнси Ходороу (Chodorow, 1978, 1989), Джин Бейкер Миллер (Miller, 1986) и Кэрол Гиллиган (Gilligan et al., 1982, 1990) тем не менее утверждают, что в жизни женщин близкие, доверительные отношения с окружающими играют более важную роль, чем в жизни мужчин.

Различия начинают проявляться уже в детстве. Мальчики изо всех сил стремятся к независимости; они самоутверждаются вне связи с человеком, который опекает их; обычно таким человеком является мать. Девочки отдают предпочтение взаимозависимости; их самоидентификация происходит через социальные связи. Игры мальчиков — это преимущественно коллективная активность, девочки же предпочитают играть небольшими группами, причем в их играх меньше агрессии, больше коллективизма, имитации взаимоотношений и доверительных разговоров (Lever, 1978).

Во взаимоотношениях взрослых людей эти гендерные различия становятся еще более заметными. Описывая самих себя, женщины чаще делают это с позиций отношений с другими людьми, эмоции, которые они испытывают, тоже преимущественно связаны с отношениями, и они тоньше улавливают нюансы отношений (Gabriel & Gardner, 1999). Во время бесед мужчины чаще обращают внимание на задачи и на связи с большими группами людей, а женщины — на межличностные отношения (Tannen, 1990). В группах мужчины разговаривают преимущественно для того, чтобы сообщить информацию; женщины же чаще просто говорят «за жизнь», предлагают помощь или выражают сочувствие (Dindia & Allen, 1992; Eagly, 1987). Среди первокурсников колледжа половина студентов и две трети студенток считают, что *очень* важно «помогать тем, кто испытывает трудности» (Sax et al., 1999).

<Вопреки тому, в чем убеждено большинство женщин, создать с существом мужского пола прочные, стабильные, сердечные и удовлетворяющие обоих отношения совсем несложно. Но при одном условии: если это существо — лабрадор-ретривер. *Дэйв Барри*, Мужчины: исчерпывающий путеводитель, составленный Дэйвом Барри, 1995>

По мнению Фелиции Пратто и ее коллег, мужчины преимущественно тяготеют к профессиям, которые усиливают неравенство (прокурор, корпоративная реклама); женщины же отдают предпочтение занятиям, уменьшающим его (общественный защитник, реклама благотворительности) (Pratto et al., 1997). Результаты изучения профессиональных предпочтений 640 000 человек свидетельствуют о существовании определенных тенденций: мужчины более, чем женщины, ценят высокий заработок, возможность продвижения по службе, творческую работу и власть, а для женщин большее значение имеют удобный рабочий график, межличностные отношения и возможность

помогать другим (Konrad et al., 2000). Реальная ситуация в Северной Америке вполне соответствует этим данным: среди тех, чей труд связан с заботой о других (социальные работники, учителя и младший медицинский персонал), женщин гораздо больше, чем мужчин. Похоже, что женщины более склонны к благотворительности: среди тех, кто завещал благотворительным организациям более $5 миллионов, — 48% женщин и 35% мужчин, а женские колледжи всегда получали существенную помощь от своих выпускниц (National Council for Research on Women, 1994).

{Девочки обычно играют небольшими группами и имитируют взаимоотношения. Игры мальчиков значительно чаще содержат элемент соревнования и агрессивны}

Связи, создаваемые женщинами — матерями, дочерями, сестрами и бабушками, — скрепляют семьи (Rossi & Rossi, 1990). Женщины проводят больше времени в заботах о детях-дошкольниках и стареющих родителях (Eagly & Crowley, 1986). Они покупают в 3 раза больше подарков и поздравительных открыток, пишут почти в 4 раза больше личных писем, чем мужчины, а количество междугородных телефонных разговоров женщин с друзьями и родственниками на 10-20% превышает количество «мужских» разговоров (Putnam, 2000). Когда женщин просят показать их фотографии, они показывают больше фотографий родителей и фотографий, на которых они запечатлены в окружении других людей (Clancy & Dollinger, 1993). Женщины только тогда удовлетворены своим браком, когда чувствуют взаимную поддержку (Acitelli & Antonucci, 1994).

(— Как подумаешь, что у вас, мужчин, нет близких друзей, становится грустно. — У меня есть друзья, Сал. Друзья по баскетболу... По бизнесу... По покеру.

— Разве их можно назвать близкими? Взять хотя бы тех, с кем ты играешь в покер. О чем вы разговариваете? — О многом... О спорте, бизнесе.

— Да уж, действительно сокровенные темы. Может, вы и погоду обсуждаете? — Да, а что?)

При проведении опросов женщины гораздо чаще, чем мужчины, говорят о себе как о людях, обладающих **эмпатией**, т. е. способных сопереживать другим, радоваться и печалиться вместе с ними. Хотя и в меньшей степени, но различие в эмпатии заметно и по результатам лабораторных экспериментов. На демонстрируемые слайды или на рассказываемые истории девочки реагируют с большей эмпатией (Hunt, 1990). Женщины, пережившие тяжелые ситуации в лабораторных условиях или в реальной жизни, относятся к товарищам по несчастью с большей эмпатией, чем мужчины (Batson et al., 1996). Женщины больше склонны огорчаться и реагировать слезами на несчастья других (Eisenberg & Lenon, 1983). Все это позволяет понять, почему и мужчины и женщины считают, что женщины — более сердечные и заботливые друзья, чем мужчины (Rubin, 1985; Sapadin, 1988). И мужчины и женщины, испытывая потребность в понимании и сострадании, в ком-то, с кем можно поделиться и своими радостями, и своими бедами, как правило, идут к женщине.

<Голос женщины, отличный от голоса мужчины, доносит до нас правду о том, насколько нравственна забота о ближнем. *Кэрол Гиллиган*, 1982>

Бо́льшая сосредоточенность женщин на межличностных отношениях находит свое отражение в их улыбчивости (Hecht et al., 1993). Женщины более улыбчивы, чем мужчины. Об этом свидетельствуют результаты изучения 9000 выпускных альбомов колледжей (LaFrance, 1985), а также 1100 фотографий из газет и журналов и 1300 фотографий, сделанных в универсальных магазинах, в парках и на улицах (Halberstadt & Saitta, 1987).

Одно из объяснений большей склонности женщин к эмпатии заключается в том, что они лучше, чем мужчины, умеют «считывать» чувства окружающих. Выполнив метаанализ 125 исследований

восприимчивости мужчин и женщин к невербальным сигналам, Джудит Холл пришла к следующему выводу: женщины, как правило, превосходят мужчин в умении «расшифровывать» эмоциональные сигналы, посылаемые окружающими (Hall, 1984). Например, увидев двухсекундный немой видеоклип — лицо огорченной женщины, испытуемые-женщины реже ошибались, отвечая на вопрос, критикует ли она кого-либо или обсуждает свой развод. Чувствительность женщин к невербальным признакам эмоций помогает понять, почему и в горестных, и в радостных ситуациях они проявляют б*о*льшую эмоциональную отзывчивость (Grossman & Wood, 1993; Sprecher & Sedikides, 1993; Stoppad & Gruchy, 1993). Женщины, когда им предлагается возможный сценарий развития событий (если ваш друг и коллега получит за свою работу премию, как вы оба будете себя чувствовать?), способны предвидеть более сложные эмоции и их нюансы (Barrett et al., 2000).

{Эмпатия — сопереживание другому существу подобно тому, как сопереживает своей собаке этот семилетний мальчик, Ламар Паг}

По данным Холл, женщины *лучше владеют* и невербальными способами выражения чувств. По мнению Эрика Коутса и Роберта Фелдмана, сказанное особенно справедливо в отношении позитивных эмоций (Coats & Feldman, 1996). Участники их эксперимента вспоминали ситуации, когда они были счастливы, грустили или злились, а их рассказы записывались на видеопленку. Когда затем были показаны запечатлевшие их пятисекундные немые клипы, зрители значительно точнее выявляли женщин, вспоминавших радостные минуты, чем мужчин. Однако мужчины были несколько более успешными в том, что касалось невербальной передачи гнева.

(Планеты «Хромосомы».

Планета X. — Успешные взаимоотношения? Это очень сложная проблема. У тебя есть время? Давай выпьем по чашечке кофе и обсудим это.

Планета Y. — Успешные взаимоотношения? Проще простого! Двое встречаются, вот и порядок!)

Такие черты характера, как доброта, эмоциональность и дружелюбие, независимо от того, какими мы станем считать их — женскими или общечеловеческими, — являются истинным благом для любых близких взаимоотношений. По данным Джона Энтилла, изучавшего супружеские пары в Сиднее (Австралия), удовлетворенность браком выше, если муж или жена (или *оба*, что еще лучше) обладают этими традиционно женскими качествами (Antill, 1983). Люди считают свой брак удачным, если «вторая половина» заботлива и склонна оказывать поддержку.

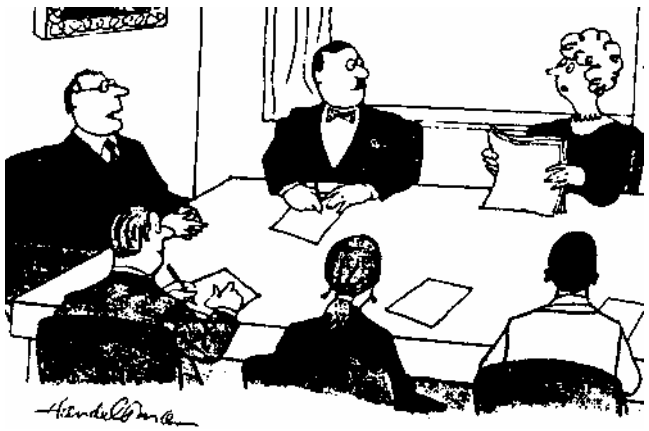
Социальное доминирование

Представьте себе двух человек. Один из них — «склонный к авантюрам, властный, грубый, привыкший командовать и приказывать, независимый и сильный». Другой — «нежный, зависимый, мечтательный, эмоциональный, покорный и слабый». «Если вам показалось, что речь идет о мужчине и женщине, вы не одиноки» (Williams & Best, 1990a, p. 15). Во всем мире — от Азии до Африки и от Европы до Австралии — люди считают мужчин более доминантными, напористыми и агрессивными.

<Когда женщины сравняются с мужчинами по социальному статусу, станут ли они назначать свидания так же свободно, как это делают мужчины, и следует ли им стремиться к этому?>

Подобные восприятие и ожидания коррелируют с реальностью. Практически во всех обществах социально доминируют мужчины. Мы не знаем ни одного общества, в котором бы женщины управляли мужчинами (Pratto, 1996). Количество женщин-законодателей во всем мире не превышает 14% (IPU, 2000). Мужчины более, чем женщины, озабочены проблемой социального доминирования и чаще поддерживают консервативных политиков и те программы, которые сохраняют существующее неравенство различных социальных групп (Pratto et al., 1997). Среди присяжных — только 50% мужчин, но среди избранных председателей жюри присяжных мужчин 90%; руководители специальных комиссий — тоже преимущественно мужчины (Davis & Gilbert, 1989; Kerr et al., 1982). Как и подобает лицам, имеющим более высокий социальный статус, мужчины оплачивают большинство счетов, проводят за рулем больше времени, чем женщины, и именно им принадлежит инициатива первого свидания (Laner & Ventrone, 1998, 2000).

Стиль общения, присущий мужчинам, отражает их главенствующее положение в обществе. В качестве лидеров в тех ситуациях, где нет четкого распределения ролей, они демонстрируют склонность к приказам, в то время как женщины стремятся вести себя демократично (Eagly & Johnson, 1990). Мужчины склонны к авторитарному руководству и сосредоточению на решаемой задаче, женщины же проявляют себя как социальные лидеры, создающие команды и поддерживающие «командный дух» (Eagly & Karau, 1991; Eagly et al., 1995; Wood & Rhodes, 1991). Мужчины придают большее значение победам, превосходству и доминированию над другими (Sidanius et al., 1994) и более склонны к риску (Byrnes et al., 1999). В тех случаях, когда мужчины придерживаются демократического стиля руководства, женщины-руководители оцениваются ничуть не ниже, чем они; если же мужчины демонстрируют авторитарный стиль, женщины-руководители оцениваются ниже (Eagly et al., 1992). Людям легче смириться с «сильной и решительной» мужской властью, чем с «настойчивой агрессивностью» женщины-руководителя.



(— Прекрасный доклад, Барбара. Но поскольку мужчины и женщины разговаривают на разных языках, я, кажется, не понял ни слова.)

Присущий мужчинам стиль общения отражает их стремление к независимости, а стиль, присущий женщинам, — стремление к контактам. Мужчины чаще ведут себя именно так, как ведут себя люди, наделенные властью: говорят тоном, не терпящим возражений, перебивают собеседников, касаются их руками, пристально смотрят в глаза и редко улыбаются (Anderson & Leaper, 1998; Carli, 1991; Ellyson et al., 1991). С точки зрения самих женщин, женщины-руководители отдают предпочтение косвенным способам воздействия на подчиненных: они реже перебивают собеседников, более деликатны и вежливы и менее самонадеянны.

<Как вы думаете, стоит ли западным женщинам стать более самоуверенными и более «настроенными на волну индивидуализма», присущего их культуре? Или женский подход к жизни, основанный на отношениях между людьми, поможет трансформировать ориентированные на силу западные цивилизации (для которых характерно пренебрежение взрослыми своими обязанностями по отношению к детям, одиночество и депрессия) в более гуманные человеческие сообщества?>

Значит ли это, что прав был автор одного бестселлера 1990-х гг., давший своему творению следующее название: «Родина мужчин — Марс, родина женщин — Венера»? По мнению Кея До и

Марианны Лафранс, на самом деле мужской и женский стили общения зависят от социального контекста (Deaux & LaFrance, 1998). Большая часть тех отличительных особенностей, которые мы приписываем мужскому стилю общения, типична для людей, наделенных властью, будь то мужчины или женщины. Более того, и среди мужчин, и среди женщин встречаются разные индивидуумы: есть нерешительные и деликатные мужчины и прямолинейные и напористые дамы. Воистину, те, кто думает, будто мужчины и женщины пришли на Землю с «эмоционально» разных планет, очень упрощают проблему.

Зная о гендерных различиях в стилях общения, о чем так много пишут и говорят, что они зависят от обстоятельств, Нэнси Хенли тем не менее утверждает: вместо того чтобы неискренне улыбаться, отводить взгляд и позволять перебивать себя, женщины должны научиться смотреть собеседникам в глаза и разговаривать решительно (Henly, 1977). Однако Джудит Холл, отдавая должное менее авторитарному женскому стилю общения и ценя его, пишет: «Всякий раз, когда высказывается мысль о нежелательности женского невербального поведения, мгновенно запускается в обращение и другой миф — миф о том, что мужское поведение является нормой и что именно женское поведение есть отклонение от нормы, нуждающееся в объяснении» (Hall, 1984, p. 152-153).

Агрессия

Термином «агрессия» психологи обозначают преднамеренное причинение вреда. Во всем мире охота, драки и борьба с неприятелем — преимущественно мужские занятия. Результаты опросов свидетельствуют о том, что мужчины относятся к агрессии более терпимо, нежели женщины. В лабораторных экспериментах мужчины демонстрируют большую физическую агрессивность, например тогда, когда подвергают других участников болезненному воздействию (как они полагают) электрического тока (Knight et al., 1996). В Канаде среди арестованных по обвинению в убийстве мужчин в 7 раз больше, чем женщин, а среди арестованных за физическое насилие — в 6 раз больше (Statistics Canada, 2000), в США — соответственно в 9 раз и в 4 раза больше (United States Department of Justice, 2000). В разных странах эти соотношения разные, но повсеместно убийство мужчины мужчиной — событие примерно в 20 раз более вероятное, чем убийство женщины женщиной (Daly & Wilson, 1989).

(— Это их мужское дело.)

Однако о реальных проявлениях гендерных различий в агрессивности можно сказать то же, что выше было сказано о проявлении гендерных различий в стилях общения: они зависят от контекста.

Провоцирующие факторы способны сократить гендерный разрыв (Bettencourt & Miller, 1996). А в том, что касается совершения менее «насильственных действий» (например, ударить кого-нибудь из членов семьи, швырнуть в кого-нибудь что-либо или обругать), женская агрессивность не уступает мужской (Björkqvist, 1994; White & Kowalski, 1994). В том, что это действительно так, убеждает статистическая обработка результатов 82 исследований, согласно которой женщины даже несколько больше склонны к совершению актов агрессии (Archer, 2000). Но мужчины более склонны к причинению травм: среди пострадавших от рук сексуальных партнеров 62% — женщины.

Сексуальность

Сексуальные установки мужчин и женщин и их уверенность в собственной сексуальности тоже различны. Однако в том, что касается физиологической и субъективной реакций на сексуальный стимул, между мужчинами и женщинами «больше сходства, нежели различий» (Griffitt, 1987). Тем не менее обратите внимание на следующие данные.

— С утверждением «Я допускаю, что могу получить удовольствие от “случайного” секса с разными партнерами» согласны 48% мужчин и 12% женщин — участников опроса, проведенного недавно в Австралии (Bailey et al., 2000).

— Аналогичные результаты были получены и в ходе опроса 250 000 студентов-первокурсников, проведенного Американским советом по образованию. С утверждением «Если двое действительно любят друг друга, в их интимных отношениях нет ничего дурного, хоть они и познакомились совсем недавно» согласились большинство мужчин (53%) и всего лишь 30% женщин (Sax et al., 1999).

— Из 3400 участников опроса (выборка формировалась по случайному принципу, и в нее вошли американцы в возрасте от 18 до 59 лет) только 25% мужчин, но в 2 раза больше женщин (48%) сказали, что чувство к партнеру является условием первого сексуального контакта. На вопрос «Часто ли вы думаете о сексе?» ответы «Каждый день» и «Несколько раз в день» получены от 19% женщин и 54% мужчин (Laumann et al., 1994).

— То, что «случайный» секс значительно более приемлем для мужчин, чем для женщин, подтверждается и результатами 177 других исследований, в которых в общей сложности приняли участие 130 000 человек (Oliver & Hyde, 1993).

Гендерные различия в сексуальных установках проявляются и в поведении. «Во всем мире мужчины, за редким исключением, значительно чаще, нежели женщины, инициируют сексуальные отношения», — пишут психолог-культуролог Маршалл Сигалл и его коллеги (Segall et al., 1990, p. 244). Более того, независимо от сексуальной ориентации одинокие мужчины занимаются сексом чаще и имеют больше сексуальных партеров, чем одинокие женщины (Baumeister, 1991, p. 151; Bailey et al., 1994). Гомосексуалисты также более терпимо относятся к случайному сексу, чем лесбиянки, активнее реагируют на визуальные стимулы и придают большее значение внешней привлекательности партнера (Bailey et al., 1994). «Дело вовсе не в том, что гомосексуалисты обладаю гиперсексуальностью, — замечает Стивен Пинкер. — Они всего лишь мужчины, мужские желания которых больше соответствуют желаниям других мужчин, нежели женщин» (Pinker, 1997).

(— Ну и дурацкий фильм! Сплошная стрельба, взрывы и разбитые машины! — Точно. — Ну и дурацкий фильм! Одна сплошная болтовня! — Точно.

— Помимо обычных ограничений надо ввести принцип хромосом (XY для мужчин, XX для

женщин)! («G - для всех; PG - только с родителями; NC-тем, кто старше 17 лет.»))

Эпизодический, случайный секс более распространен среди мужчин с традиционными маскулинными установками и среди сторонников социального неравенства (Pleck et al., 1993; Pratto & Hegarty, 2000). Мужчины стремятся к инициативе не только в сексуальных отношениях, но и в ухаживании, и в том, что способствует сближению (Hendrick, 1988; Lawrance et al., 1996). Подобно *Homo Sapiens* мужского рода, самцы большинства других биологических видов тоже более настойчивы в том, что касается реализации их сексуальных желаний, чем самки, и менее разборчивы в выборе партнеров (Hinde, 1984).

<Что бы вы предпочли — исключительно выгодную покупку какой-либо одежды или потрясающий секс? За покупку высказались 46% женщин и 14% мужчин, за секс — 41% женщин и 76% мужчин. *Опрос Янкеловича*, Time, 1994>

Гендерные различия проявляются также и в сексуальных фантазиях (Ellis & Symons, 1990). Героини эротических произведений, ориентированных на мужчин, — незамужние женщины, одержимые жаждой сексуальных наслаждений. В «женских романах» благородные герои «умирают от любви» к героиням. Это заметили не только социологи. «Женщина способна прийти в полный восторг от четырехчасового фильма с субтитрами, все содержание которого заключается в том, что мужчина и женщина страстно желают оказаться в постели, но к делу так и не переходят, — пишет юморист Дэйв Барри. — Мужчины это НЕНАВИДЯТ. Возможно, у мужчины и хватит терпения секунд на 45 подобной тягомотины, но потом все обязаны раздеться. И желательно, чтобы начались автомобильные гонки. Фильм под названием “Автомобильные гонки: обнаженные преследуют обнаженных” был бы встречен мужчинами “на ура”» (Dave Barry, 1995).

Резюме

Между мальчиками и девочками, между мужчинами и женщинами много общего. Однако внимание привлекает преимущественно то, чем они отличаются друг от друга. Несмотря на то что индивидуальные различия, существующие между мужчинами и женщинами, превосходят гендерные различия, социальные психологи все же выяснили, что последние проявляются в склонности мужчин к *независимости* от окружающих и в стремлении женщин к *взаимосвязи* с ними. Женщины, как правило, более заботливы, более эмоциональны, склонны к эмпатии и определяют себя с точки зрения взаимоотношений с другими людьми. Женщины и мужчины отличаются друг от друга и в том, что касается социального доминирования, агрессивности и сексуальности.

Подобно тому как настоящие детективы больше интересуются преступлениями, чем проявлениями добродетели, «детективы» от психологии больше интересуются различиями, нежели сходством. А потому полезно лишний раз напомнить себе, что *индивидуальные* различия значительно превосходят гендерные. Мужчин и женщин вряд ли можно назвать представителями противоположных (хоть и разных) полов. Правильнее сказать, что они отличаются друг от друга, как две руки, которые «сошлись» в рукопожатии: эти руки похожи друг на друга, но не одинаковы, совместимы, но сжимают друг друга по-разному.

Эволюция и гендер: делать то, что предначертано природой?

Желая объяснить происхождение гендерных различий, «следствие» сосредоточило внимание на двух «подозреваемых» — на эволюции и на культуре.

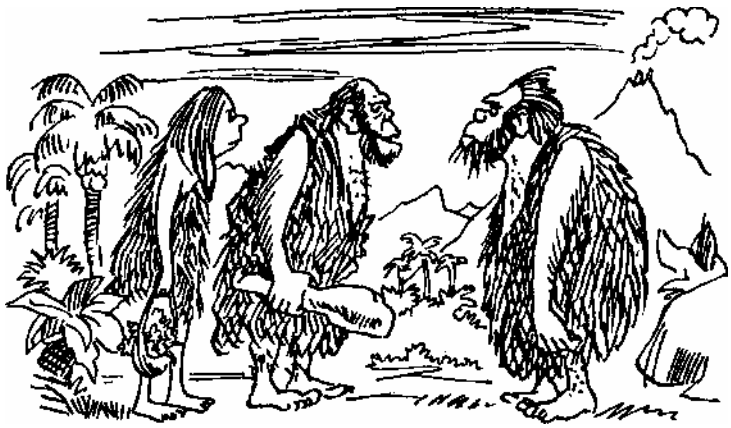
«Известно, что мужчины и женщины имеют разные личностные качества, интересы и установки. Почему? Потому, что их воспитывают по-разному, или потому, что мужской и женский организмы “биологически” разные?» — с таким вопросом Институт Гэллапа обратился к американцам в 1990 г. Ответы были получены от 99% участников опроса, причем их голоса разделились практически поровну между «воспитанием» и «биологией» (судя по всему, корректность формулировки вопроса ни у кого не вызвала сомнений).

Разумеется, мужской и женский организмы имеют ярко выраженные биологические различия.

Мужчины имеют достаточную мышечную массу для того, чтобы заниматься охотой, женщины могут кормить грудью. Ограничены ли биологические различия этой очевидной разницей, имеющей отношение к репродукции и к физическим возможностям? Или мужские и женские гены, гормоны и мозг отличаются друг от друга настолько, что вносят и свою лепту в поведенческие различия?

Пол и выбор партнера

Обратив внимание на присущие абсолютно всем этносам гендерные различия в агрессивности, доминировании и сексуальности, эволюционный психолог Дуглас Кенрик высказал следующую мысль (и впоследствии у него нашлось много сторонников): «Мы не можем изменить эволюционную историю нашего вида, и некоторые различия между нами являются, без сомнения, следствием этой истории» (Kenrick, 1987). Эволюционные психологи прогнозируют отсутствие гендерных различий во всех тех сферах, в которых оба пола сталкивались с необходимостью отвечать на одинаковые адаптационные вызовы (Buss, 1995b). У представителей обоих полов температура тела регулируется потоотделением; они имеют сходные вкусы в еде и натирают мозоли в тесной обуви. Но эволюционные психологи прогнозируют разное поведение в том, что связано с выбором партнера и репродукцией.



(— Я хожу на охоту, а она собирает грибы и ягоды. Иначе нам не прожить.)

Рассмотрим, например, б*о*льшую инициативность мужчин в том, что касается секса. Среднестатистический мужчина производит в течение жизни много триллионов сперматозоидов, что делает сперму биологически более дешевой, чем яйцеклетки. Более того, за то время, что женщина вынашивает и выкармливает одного ребенка, мужчина может оплодотворить многих женщин и распространить таким образом свои гены. Поэтому, говорят эволюционные психологи, женщины «инвестируют» свои репродуктивные возможности с осторожностью, и им нужны доказательства того, что потенциальный отец здоров и состоятелен. Мужчины соревнуются друг с другом за победу на право отправить свои гены в будущее и победить таким образом на «генетических скачках». В том, что касается репродукции, мужчины стремятся к количеству, а женщины — к качеству. Мужчины ищут плодородную почву, на которой брошенные ими зерна дадут всходы, а женщины ищут мужчин, которые станут помогать им взращивать сад, — обеспеченных и моногамных отцов семейств, а не легкомысленных искателей приключений.

<Секретариат, самый знаменитый скаковой жеребец современности, зачал 400 жеребят.>

Более того, эволюционные психологи полагают, что самцы, физически доминировавшие над своими собратьями, имели больший доступ к самкам, поэтому из поколения в поколение усиливались их мужская агрессивность и доминирование. То, что генетически обусловило черты, позволившие Монтесуме II стать королем ацтеков, было передано потомкам через детей, родившихся у 4000 его жен (Wright, 1998). Если способность понимать чувства своих детей и их отцов приносила пользу нашим матерям, можно предположить, что естественный отбор точно так же благоприятствовал и формированию у женщин такого качества, как эмоциональная чуткость. В основе всех этих предположений лежит принцип, суть которого заключается в том, что *природа отбирает те черты, которые помогают передавать последующим поколениям определенные гены*.

<Курица — не более чем средство, к которому прибегает одно яйцо, чтобы произвести на свет другое. *Самуэль Батлер* (1835-1901)>

Как вы сами понимаете, речь не идет о каком-либо сознательном действии. Никто не задумывается о том, как бы ему передать потомкам побольше своих генов. По мнению психологов-эволюционистов, наше естественное поведение и есть присущий нашим генам способ «подарить» будущему как можно больше своих генов. Эмоции исполняют распоряжения эволюции. Именно эту мысль о скрытых предрасположенностях эволюции Льюис Томас изложил в своем фантастическом описании мотылька, который, повинуясь запаху выделяемого самкой вещества «бомбикол» (одной молекулы его достаточно для того, чтобы пришли в возбуждение все мотыльки, находящиеся на расстоянии многих миль от нее), бросается в порыве страсти наперекор ветру, не подозревая, что поддался на обман (Thomas, 1971). Вряд ли мотылек осознал, что он стал жертвой распыленного в воздухе аттрактанта (привлекающего средства). Напротив, не исключено, что день показался ему замечательным, погода — потрясающе бодрящей и вполне подходящей для того, чтобы немного поразмять старые крылья, сделав сальто против ветра.

«Люди — это живые ископаемые окаменелости, совокупность механизмов, возникших под давлением естественного отбора», — говорит Дэвид Басс (Buss, 1995a). Именно это, по мнению эволюционных психологов, позволяет объяснить не только агрессивность мужчин, но и гендерные различия в установках и в сексуальном поведении. Хотя мужское толкование женской улыбки как проявления сексуального интереса, как правило, оказывается неверным, случайное «попадание в цель» может иметь репродуктивные выгоды.

<В 1999 г. американские мужчины израсходовали $4 миллиарда на членские взносы в фитнесс-клубы и на покупку всевозможных тренажеров. *Клод*, 2000>

Эволюционная психология прогнозирует также и то, что мужчины будут стремиться предлагать женщинам нечто, представляющее для них интерес, — источники существования и физическую защиту. Самцы-павлины привлекают самок роскошным оперением, а мужчины привлекают внимание женщин научными степенями, престижными автомобилями и банковскими счетами. «Все достижения мужчин в конечном итоге не более чем демонстративное ухаживание самцов», — говорит Глен Уилсон (Wilson, 1994). Женщины же — нередко с помощью пластической хирургии —- стремятся выглядеть в глазах мужчин как можно более молодыми и здоровыми, т. е. способными к деторождению, поскольку мужчинам нужно именно это. По мнению Басса (Buss, 1994a) и Алана Фейнгольда (Feingold, 1992), сведения о выборе партнеров мужчинами и женщинами в реальной жизни подтверждают эти прогнозы. Рассмотрим некоторые из них.

— Результаты исследований проведенных в разных странах, от Австралии до Замбии, свидетельствуют о том, что повсюду мужчины отдают предпочтение женщинам, физические «кондиции» которых (например, моложавые лица и фигуры) позволяют рассчитывать на их плодовитость. Женщины отдают предпочтение мужчинам, богатство, власть и амбиции которых гарантируют условия, необходимые для защиты и взращивания потомства (рис. 5.2). Мужчины — потребители большей части визуальной мировой порнографии, поскольку мужчин женское тело интересует больше, чем женщин — мужское. Но есть также гендерное сходство: и на островах Индонезии, и в таких городах, как, например, Сан-Паулу, и мужчинам, и женщинам нужны доброта, любовь и взаимное влечение.

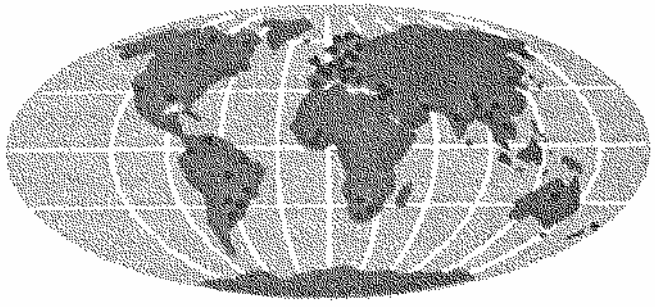


Рис. 5.2. Предпочтения, проявляемые мужчинами и женщинами при выборе партнеров. Опросив более 10 000 человек, представляющих все расы, конфессии и политические системы и

проживающих на 6 континентах и 5 островах, Дэвид Басс и 50 его помощников выяснили, что повсюду мужчины предпочитают физически привлекательных женщин, молодых и здоровых, ибо это позволяет рассчитывать на их плодовитость. Что же касается женщин, то они повсюду предпочитают богатых мужчин, занимающих определенное положение. (*Источник*: Buss, 1994b)

— Мужчины более всего ревнуют тогда, когда их партнерша занимается сексом с другим мужчиной. Женщины же проявляют наибольшую ревность в том случае, когда их партнеры влюбляются в других женщин. По мнению эволюционных психологов, это гендерное различие отражает вполне понятную заботу мужчины о своем истинном отцовстве (мужчина не хочет растить чужого ребенка) и естественную боязнь женщины лишиться материальной поддержки мужчины (Buss, 2000).

— Мужчины повсюду склонны жениться на более молодых женщинах. Более того, чем старше мужчина, тем большую разницу в возрасте он предпочитает, выбирая себе партнершу. Мужчины в возрасте от 20 до 30 лет предпочитают женщин лишь немного моложе себя и женятся именно на таких. Шестидесятилетние мужчины женятся на женщинах, которые лет на 10 моложе их (Kenrick & Keefe, 1992). Женщины в любом возрасте отдают предпочтение мужчинам, которые лишь ненамного старше их самих. И в данном случае, говорят эволюционные психологи, благодаря естественному отбору мужчины предрасположены к тому, чтобы испытывать влечение именно к тем женщинам, внешность которых «обещает» плодовитость.

Дэвид Басс признается: размышляя над этими результатами, он был несколько удивлен тем, «что подходы мужчин и женщин, живущих в разных уголках земного шара, к выбору партнеров отличаются именно так, как и предсказывали эволюционисты. Точно так же как наша боязнь змей, пауков и высоты есть своеобразное окно, через которое мы можем увидеть то, что представляло угрозу выживанию наших эволюционных предков, наши предпочтения, проявляющиеся при выборе партнера, есть окно, через которое можно увидеть ресурсы, необходимые нашим предкам для репродукции. Сегодня все мы — носители желаний наших успешных прародителей» (Buss, 1999).

Пол и гормоны

Если гены определяют предрасположенность к определенным, связанным с полом чертами, это происходит потому, что они воздействуют на наши тела. Подобно тому как синьки архитекторов воплощаются в реальные сооружения, наши «генетические синьки» воплощаются в половые гормоны. В мужских эмбрионах гены направляют формирование семенников, которые начинают вырабатывать *тестостерон*, мужской половой гормон, «ответственный» за «маскулинную» внешность (Berenbaum & Hines, 1992; Hines & Green, 1991). Можно ли сказать, что психологические гендерные различия тоже предопределены гормонами?

{63-летний Ларри Кинг и его седьмая жена — 38-летняя Шон Саутвик Кинг}

Получены доказательства того, что большая агрессивность мужчин напрямую связана с тестостероном. Введение тестостерона делает разных животных более агрессивными. Что касается людей, то у мужчин, совершивших тяжкие преступления, содержание тестостерона в крови превышает нормальный уровень; то же самое можно сказать и об игроках Национальной футбольной лиги и об их неистовых фанатах (Dabbs, 2000). Более того, и у обезьян, и у людей гендерные различия в агрессивности проявляются в очень раннем возрасте, т. е. тогда, когда культура еще «не успела» оказать существенного влияния, и сглаживаются в зрелом возрасте вследствие снижения уровня тестостерона. Ни одно из этих свидетельств не имеет силы бесспорного доказательства. Однако взятые в совокупности, они убеждают большинство исследователей в том, что половые гормоны имеют значение. Но то же самое можно сказать и о культуре, и скоро у нас будет возможность убедиться в этом.

<В брачных играх, происходящих в реальной жизни, мужчины отдают предпочтение молодым и красивым женщинам, а женщины — состоятельным и влиятельным мужчинам. С точки зрения психолога-эволюциониста, подобные преференции иллюстрируют желание мужчины видеть у своей партнерши те качества, которые ассоциируются с плодовитостью, и желание женщины видеть в мужчине те качества, которые гарантируют защиту и поддержку их потомству.>

По мере того как люди приближаются к среднему возрасту и «переваливают» через него, с ними происходят любопытные трансформации: женщины становятся более настойчивыми и уверенными в себе, а мужчины — более склонными к сочувствию и менее доминирующими (Lowenthal et al., 1975; Pratt et al., 1990). Первым из возможных объяснений уменьшения гендерных различий является изменение гормональной насыщенности, вторым — требования, предъявляемые исполняемыми ими ролями. Некоторые исследователи полагают, что во время ухаживания и после рождения первого ребенка социальные ожидания приводят к тому, что муж и жена «педалируют» черты, усиливающие их роль. Во время ухаживания, убеждая женщину в своей способности быть защитником и кормильцем, мужчина играет роль «крутого парня» и забывает о своей потребности во взаимной поддержке и заботе (Gutmann, 1977). В период ухаживания и во время взращивания маленьких детей женщины подавляют свойственные им настойчивость и потребность в независимости. Бытует мнение, что по мере того как мужчина и женщина «вырастают» из этих первых взрослых ролей, каждый из них начинает активнее проявлять те чувства, которые раньше сдерживались, и оба становятся более *андрогинными* — способными и к настойчивости, и к заботе.

Размышления об эволюционной психологии

Не подвергая сомнению естественный отбор как таковой — процесс, посредством которого природа отбирает физические и поведенческие черты, способствующие выживанию генов, — критики эволюционного направления в психологии находят в толкованиях его приверженцев два недостатка. Во-первых, эволюционные психологи иногда начинают с результата (например, с различия между мужчинами и женщинами в проявлении инициативы в сексуальных отношениях), а затем задним числом предлагают его объяснение. Этот подход заставляет вспомнить о функционализме — теории, которая в 20-х гг. XX в. доминировала в психологии. «Почему имеет место такое поведение? Потому, что оно исполняет такую-то и такую-то функцию». Теоретик, предложивший подобное ретроспективное объяснение, ничем не рискует. Как иронически заметил палеонтолог Стивен Джей Гоулд, эти объяснения «не более чем предположения и догадки, похожие на те, что высказываются на вечеринках за бокалом коктейля» (Gould, 1997).

<Самые утонченные натуры сочетают в себе и мужские, и женские черты. *Ральф Уолдо Эмерсон*, Дневники, 1843>

Чтобы предотвратить ошибку хиндсайта, надо представить себе ситуацию, диаметрально противоположную той, которая существует на самом деле. Попробуем воспользоваться этим примером. Представим себе, что женщины физически сильнее и агрессивнее мужчин. «Ничего удивительного! — слышится чей-то голос. — Это следствие естественного отбора: только физически сильные матери могли защитить свое потомство». Если бы мужчины не были склонны к внебрачным связям, разве не смогли бы мы приписать их верность эволюционной мудрости? В конце концов, как утверждает Дороти Эйнон, женщина способна к физической близости и во время менструации, и во время беременности, и во время лактации, а это значит, что верный муж вряд ли имеет меньше шансов оплодотворить женщину, чем сопоставимый с ним по сексуальной активности неверный супруг. Более того, поскольку речь идет не о том, чтобы «депонировать» сперму, а о том, чтобы поставить на ноги потомство, оба — и мужчина, и женщина — выигрывают от совместных инвестиций в него. Мужчины, демонстрирующие лояльность по отношению к партнершам и детям, имеют больше оснований надеяться на то, что их дети выживут и передадут дальше их гены. Моногамные мужчины более уверены в том, что воспитывают именно своих детей. (По сути, это эволюционное объяснение того, почему люди и представители некоторых других биологических видов, чье потомство требует серьезного внимания, склонны образовывать пары и предпочитают моногамию. Любовь между мужчиной и женщиной универсальна, потому что приносит генетическую выгоду: потомство верных мужчин менее уязвимо для хищников.)

<Половые различия в поведении, возможно, были вполне оправданы во времена наших предков, собиравших корни и охотившихся на белок на равнинах Северной Африки, но «адаптивность» их проявлений в современном обществе менее очевидна. Современное общество — это общество, ориентированное на информацию, и чтобы стать президентом компьютерной фирмы, не обязательно иметь мощные бицепсы и повышенное содержание тестостерона в крови. *Дуглас Кенрик*, 1987>

Эволюционные психологи признают подобную критику несостоятельной. Хиндсайт, говорят

они, играет ничуть не меньшую роль и в культурологических объяснениях. Почему мужчины и женщины отличаются друг от друга? Потому, что культура, к которой они принадлежат, *определяет* их поведение! У нас еще будет возможность убедиться в том, что роли, которые исполняют люди, зависят и от места, и от времени и что «культура» лучше *описывает* эти роли, чем объясняет их. По мнению тех, кто занимается эволюционной психологией, она далека от того, чтобы быть «конъюнктурной подгонкой под известный ответ», и представляет собой эмпирическую науку, которая тестирует эволюционные прогнозы с помощью изучения поведения животных, кросс-культурных исследований, а также изучения генетики и гормональных систем. Как и во многих других областях науки, в эволюционной психологии наблюдения приводят к созданию теории, на основании которой делаются новые, доступные проверке прогнозы (рис. 5.3). Прогнозы заставляют нас быть более внимательными в отношении явлений, которые прежде не замечались, и позволяют подтверждать, опровергать или пересматривать теорию.

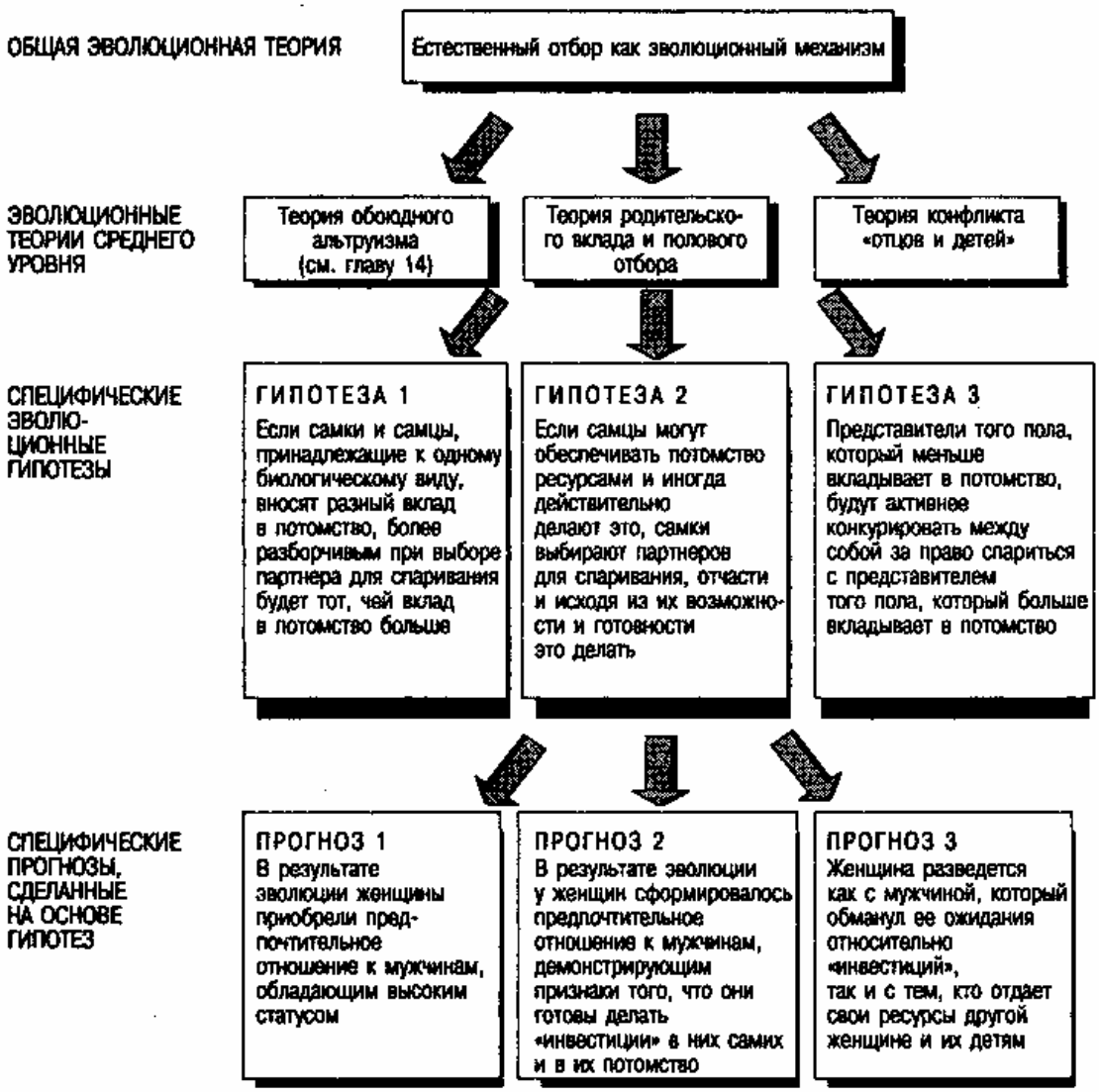


Рис. 5.3. Примеры прогнозов, сделанных на основании эволюционной психологии Дэвидом Бассом (1995a)

Критики эволюционного подхода обеспокоены также и тем, что эволюционные трактовки проблем пола и гендера «усиливают мужской и женский стереотипы» (Small, 1999). Может ли эволюционное объяснение жестокости членов банды, ревности, становящейся причиной убийства, или изнасилования способствовать усилению мужской агрессии и оправдать ее как нечто вполне естественное? И если эволюционные психологи будут убеждать все большее и большее количество людей в том, что это естественное явление, не придется ли нам всем оборудовать свои дома охранными

системами? Однако эволюционные психологи постоянно напоминают нам, что эволюционная мудрость — это мудрость *прошлого*. Она говорит нам о том, какое поведение «срабатывало» в прошлом. Остаются ли эти тенденции до сих пор адаптивными — это совсем другой вопрос. Так, хотя мужчины вроде бы и стремятся к тому, чтобы быть привлекательными для «типичных» — по поведению и но внешности — женщин, а женщины хотят нравиться «настоящим» мужчинам, на самом деле многие говорят о том, что большее удовлетворение им приносят отношения с людьми, обладающими качествами, присущими обоим полам (Ickes, 1993).

Критики эволюционной психологии признают, что эволюция помогает объяснить как наше сходство, так и наши различия (определенное «количество» различий способствует выживанию). Но они полагают, что наше общее эволюционное наследие само по себе не прогнозирует огромного разнообразия форм брака, существующих в разных культурах (моногамия, последовательная смена супругов, многоженство, многомужество, обмен супругами). Не объясняет оно и культурных изменений в моделях поведения, происшедших всего лишь за несколько десятилетий. Складывается такое впечатление, что самой важной из черт, которыми наделила нас природа, является наша способность к адаптации — к научению и изменению. В ней-то и заключена формирующая сила культуры, и с этим согласны все.

Резюме

Эволюционные психологи объясняют, каким образом эволюция могла сформировать предпосылки для таких гендерных поведенческих различий, как агрессивность и сексуальная инициатива. В природе, в брачных играх, полагают они, выигрывают особи мужского пола, «берущие инициативу в свои руки», и в первую очередь те, кто стремится к обладанию особью женского рода, чей физический облик позволяет рассчитывать на плодовитость, и к агрессивному превосходству над себе подобными. Женщины, репродуктивные возможности которых ограниченны и которые не заинтересованы в том, чтобы растрачивать их попусту, уделяют первостепенное внимание способности мужчины обеспечить ресурсами и заботой их потомство и выбирают тех, кто способен на это. Критики эволюционного подхода исходят из того, что трактовки, базирующиеся на естественном отборе, — нередко не более чем объяснения, которые даются задним числом, и не способны учитывать такие реалии, как культурные различия. Однако и эволюционные психологи, и сторонники культурологического подхода согласны с тем, что природа наделила нас поистине выдающейся способностью адаптироваться к разным условиям.

Культура и пол

Зависимость гендерных ролей от времени и от места — наглядная иллюстрация влияния культуры.

Выше уже говорилось о том, что культура — это то, что объединяет большую группу людей и передается из поколения в поколение: идеи, установки, нормы поведения и традиции. Культура формирует представления людей о поведении, приличествующем мужчинам и женщинам; и о том, какую власть над людьми имеют эти представления, можно судить по тому остракизму, которому подвергаются те, чье поведение идет вразрез с ожиданиями окружающих (Kite, 2001). Во всех странах девочки больше помогают старшим по хозяйству и заботятся о младших детях, а мальчики проводят больше времени в самостоятельных играх (Edwards, 1991). Даже в современных североамериканских семьях, в которых работают оба супруга, дома мужчины преимущественно занимаются всевозможными ремонтными работами, а большая часть забот о детях лежит на женщинах (Bianchi et al., 2000; Biernat & Wortman, 1991).

Принято считать, что гендерная социализация дает девочкам «корни», а мальчикам — «крылья». За последние полвека в детских книгах, удостоенных премии Калдекотта, изображений девочек с такими предметами домашнего обихода, как швабры, иголки, кастрюли и сковородки, в четыре раза больше, чем изображений мальчиков, а изображений мальчиков с вилами, плугом или оружием — в пять раз больше (Crabb & Bielawski, 1994). В результате, когда дети вырастают, оказывается, что

«женщины повсеместно выполняют большую часть домашней работы» (United Nations, 1991). И «повсеместно приготовление пищи и мытье посуды остаются преимущественно женскими обязанностями». Подобные поведенческие ожидания, связанные с мужчинами и с женщинами, и определяют их **гендерные роли**.

Влияние ожиданий, связанных с гендерной ролью, было продемонстрировано в эксперименте, проведенном Марком Занной и Сьюзн Пак при участии студенток Принстонского университета (Zanna & Pack, 1975). Студентки описывали себя, отвечая на вопросы анкеты, предназначавшейся некоему высокому, неженатому мужчине, старше их по возрасту, с которым им якобы предстояло познакомиться. Те участницы эксперимента, которые считали, что мужской идеал — это домохозяйка, почтительно относящаяся к своему супругу, описали себя как более соответствующих традиционным представлениям о женщинах, нежели те, которые надеялись встретить мужчину, отдающего предпочтение сильным, амбициозным дамам. Более того, в последовавшем за заполнением анкет тесте на решение задач студентки, надеявшиеся встретить мужчину без сексистских предрассудков, продемонстрировали более высокий интеллект: они решили на 18% больше задач, чем те, которые рассчитывали встретить мужчину с традиционными взглядами. Подобная «самоподгонка» под мужской идеал была не столь заметной, если мужчина был менее «привлекательным объектом» — женатым первокурсником невысокого роста. В параллельном эксперименте, проведенном Дином Морье и Сарой Серой, мужчины тоже «подгоняли» свою самопрезентацию под представления привлекательной для них женщины (Morier & Seroy, 1994).

{**В странах Запада гендерные роли становятся более гибкими.** Домашняя работа больше не является исключительно женским делом, а работа механика перестала быть прерогативой мужчин}

Однако можно ли сказать, что именно культура формирует гендерные роли? Или они всего лишь отражение поведения, предначертанного мужчинам и женщинам самой природой? Разнообразие гендерных ролей в разных культурах и в разные эпохи свидетельствует о том, что они — результат воздействия культуры.

Влияние культуры на гендерные роли

Должны ли женщины заниматься домашней работой? Следует ли им больше думать о том, как помочь мужу продвинуться по службе, чем о собственной карьере? Джон Уильямс, Дебра Бест и их коллеги попросили ответить на эти вопросы студентов — представителей 14 культур (Williams & Best, 1990b). Едва ли не все опрошенные женщины имели более «равноправные» представления, чем их соученики-мужчины. Однако различие между странами было несравненно более заметным. Так, нигерийские и пакистанские студенты считают гендерные роли мужчин и женщин более определенными, чем голландские и немецкие студенты. Ифтикар Хассан, сотрудник Национального пакистанского института психологии, так объясняет традиционный статус своих соотечественниц:

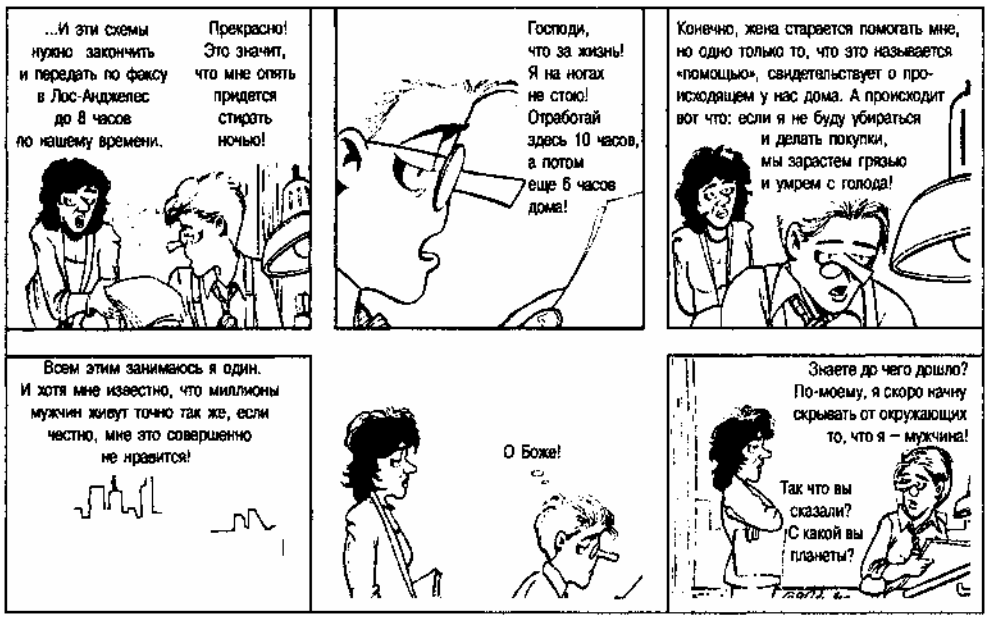
«Она знает, что рождение девочки не обрадовало ее родителей, и ей не приходится сетовать на то, что ее не отправили в школу, поскольку ей не придется работать. Ее учат быть терпеливой, жертвенной и покорной... Если ее брак оказывается неудачным, вина за это возлагается на нее. Если один из ее детей не сумеет найти своего места в жизни, она будет признана основной причиной его неудач. А в тех редких случаях, когда она — по собственной инициативе пли по инициативе мужа — получает развод, ее шансы на повторный брак чрезвычайно малы, ибо пакистанская культура очень сурова по отношению к разведенным женщинам» (Hassan, 1980).

У кочевых народов, озабоченных поисками пропитания, мальчики и девочки получают практически сходное воспитание, а мужчины и женщины выполняют практически одинаковую работу. У народов, занятых сельским хозяйством, гендерные роли более определенны: женщины работают в поле и растят детей, а мужчины ведут более свободный образ жизни (Segall et al., 1990; Van Leuwen, 1978). В индустриальных обществах различие между ролями огромно. В Японии и в Германии менеджеров-мужчин в 10 раз, а в Австрии и в США в 2 раза больше, чем женщин (ILO, 1997; Wallace, 2000). В Северной Америке большинство врачей и дантистов — мужчины; в России большинство врачей, а в Дании большинство дантистов — женщины.

Эволюция гендерных ролей

Последние 50 лет, краткий миг в долгой истории человечества, ознаменовались разительными изменениями представлений о гендерных ролях. В 1938 г. лишь один из пяти американцев одобрял «женщину, занимающуюся бизнесом или работающую на производстве и имеющую мужа, который способен обеспечить ее». К 1996 г. число одобряющих таких женщин возросло в 4 раза (Niemi et al., 1989; NORC, 1996). В 1967 г. 57% первокурсников американских колледжей были согласны с тем, что «наилучший род деятельности для замужней женщины — семья и дом». В 1999 г. с этим утверждением согласились лишь 28% опрошенных (Astin et al., 1987; Sax et al., 1999).

Одновременно с установками изменялось и поведение. В период между 1960 и 1998 гг. количество 40-летних замужних женщин на американском рынке труда удвоилось: оно возросло с 38 до 75% (Bureau of the Census, 1999). Аналогичные изменения произошли в Канаде, Австралии и в Великобритании.



(— ...И эти схемы нужно закончить и передать по факсу в Лос-Анджелес до 8 часов по нашему времени. — Прекрасно! Это значит, что мне опять придется стирать ночью!

— Господи, что за жизнь! Я на ногах не стою! Отработай здесь 10 часов, а потом еще 6 часов дома!

— Конечно, жена старается помогать мне, но одно только то, что это называется «помощью», свидетельствует о происходящем у нас дома. А происходит вот что: если я не буду убираться и делать покупки, мы зарастем грязью и умрем с голода!

— Всем этим занимаюсь я один. И хотя мне известно, что миллионы мужчин живут точно так же, если честно, мне это совершенно не нравится!

— О Боже!

— Знаете до чего дошло? По-моему, я скоро начну скрывать от окружающих то, что я - мужчина! — Так что вы сказали? С какой вы планеты?)

Разумеется, в западных культурах гендерные роли изменяются, но не настолько

До 1965 г. среди выпускников Гарвардской школы бизнеса не было ни одной женщины. В июне 2000 г. среди получивших дипломы об ее окончании было уже 30% женщин. В 1960 г. в США среди получивших высшее медицинское образование было всего 6% женщин, а среди получивших высшее юридическое образование — 3%; в конце века их число составляло 43 и 45% соответственно (Hunt, 2000). В том же 1960 г. замужние американки тратили на домашние дела в *7 раз* больше времени, чем их мужья; к середине 1990-х гг. этот разрыв уменьшился: женщины стали тратить на обслуживание семьи лишь в 2 раза больше времени, чем мужчины (рис. 5.4). Это поразительное разнообразие гендерных ролей в разных культурах и их зависимость от эпохи свидетельствуют о том, что эволюция и биология не «предопределили их раз и навсегда»: культура вносит свой вклад в их формирование.

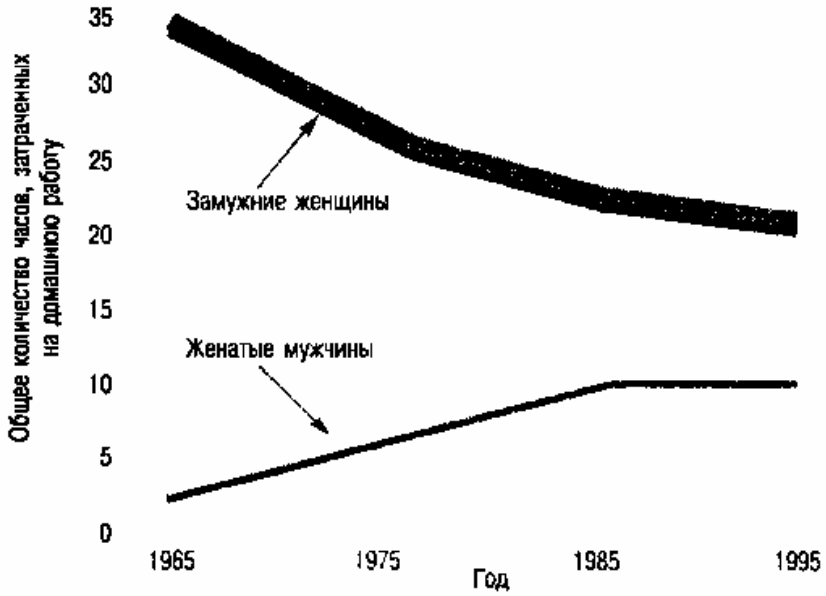


Рис. 5.4. Кто выполняет домашнюю работу? В период между 1965 и 1995 гг. произошли изменения в распределении домашних обязанностей: женщины стали тратить на них меньше времени, а мужчины — больше

Культурное влияние сверстников

Культура, как и мороженое, бывает разных «сортов». На Уолл-стрит мужчины преимущественно носят костюмы, а женщины — юбки и платья; в Шотландии по торжественным дням многие мужчины надевают плиссированные юбки (килты); в экваториальных странах мужчины и женщины ходят почти обнаженными. Как разные поколения относятся к этим традициям?

Преобладающей точкой зрения на эту проблему является в настоящее время то, что Джудит Рич Харрис называет *теорией воспитания* (Harris, 1998). Согласно этой теории, дети становятся именно такими, какими их воспитывают родители. С этим согласны и фрейдисты, и бихевиористы, и простые обыватели. Сравнение экстремальных случаев — детей, которых любят, и детей, ставших жертвами насилия, позволяет предположить, что родительское попечение *действительно* важно. Более того, многие нравственные ценности, в том числе политические и религиозные взгляды, дети усваивают в собственных семьях. Но если индивидуальность ребенка формируется под влиянием примера родителей и воспитания, тогда дети, выросшие в одних и тех же семьях, должны быть очень похожи друг на друга, не так ли?

Это предположение опровергается многими поразительными и впечатляющими результатами, полученными недавно специалистами в области психологии развития. По словам генетиков, изучающих поведение, Роберта Пломина и Дениз Дэниелс, «двое детей из одной семьи [в среднем] отличаются друг от друга ничуть не меньше, чем двое детей, случайно отобранных из всей популяции» (Plomin & Daniels, 1987).

Результаты изучения близнецов, а также родных братьев и сестер и приемных детей свидетельствуют о следующем: генетика объясняет примерно 50% индивидуальных различий в том, что касается личностных качеств. Общее влияние среды, включая и одинаковое влияние семьи, «ответственно» не более чем за 10% их личностных различий. Так что же «ответственно» за остальные 40-50%? По мнению Харрис, — *влияние сверстников*. Детей и подростков мнение сверстников волнует значительно больше, чем мнение родителей. Дети и подростки узнают новые игры, перенимают новые музыкальные вкусы и лексику, включая и бранные слова, преимущественно у своих друзей. А почему бы и нет? Ведь они играют вместе с ними, и наступит время, когда они будут работать в окружении именно этих людей и выбирать себе пару из них же. Заслуживают внимания следующие результаты исследований и наблюдений.

— Нередко, несмотря на уговоры родителей, дошкольники отказываются есть незнакомую им

еду, и это продолжается до тех пор, пока они не окажутся за одним столом с другими детьми, которые едят ее с удовольствием.

— Хотя среди детей курящих родителей больше курильщиков, однако есть основания полагать, что курение — скорее результат влияния сверстников, чем родителей. Как правило, оказывается, что у начавшего курить ребенка есть приятель, который считает, что курение доставляет удовольствие, и угощает его сигаретами.

— Более полувека тому назад в гитлеровской Германии в «Гитлерюгенд» — молодежную фашистскую организацию шли преимущественно дети из благополучных семей, принадлежавших к среднему классу (Rowe, 1994). Разрушительное воздействие на их нравственность оказало не плохое воспитание, а «непосильный груз» культурных перемен, происшедших в обществе.

— Маленькие дети из эмигрантских семей, оказавшихся в новой для них культурной среде, как правило, начинают по мере взросления отдавать предпочтение языку и нормам культуры своих новых товарищей. Вернувшись на родину, они способны «перепрограммироваться», но их сердца и помыслы принадлежат тем, с кем они выросли. То же самое можно сказать и о глухих детях родителей, не лишенных слуха: как правило, они порывают с культурой своих родителей и ассимилируются в среде глухих.

Следовательно, если мы оставим группу детей в той же самой школе, в окружении тех же самых соседей и приятелей, но исключим влияние родителей, говорит Харрис, доводя свои аргументы до крайнего случая, «они превратятся в тех же самых взрослых» (Harris, 1996). Вырастая, дети обычно становятся похожими на своих родителей. Однако Харрис считает, что индивидуальное культурное влияние «отдельно взятого родителя» на «отдельно взятого ребенка» менее ощутимо, нежели влияние родителей как представителей одной группы на детей, представляющих другую группу. От родителей зависит, в каком окружении живет ребенок, в какой школе учится и с кем дружит, а от этого в свою очередь зависит, станет ли ребенок правонарушителем, наркоманом и забеременеет ли уже в школе. Более того, дети нередко подражают тем, кто немного старше их и кто, в свою очередь, берет пример с еще более взрослых юношей и девушек; примером для последних часто становятся более молодые представители поколения родителей.

{**Шотландская свадебная фотография.** Одежда жениха (он в килте) и невесты — культурная традиция, передающаяся из поколения в поколение на протяжении многих веков}

Воздействия группы родителей на группу детей достаточно слабы, благодаря чему передача культуры одной группы другой далека от совершенства. Как в человеческой культуре, так и в культуре приматов инициаторами перемен выступает молодежь. Как правило, все новшества исходят от молодых и благосклоннее воспринимаются молодыми членами общества, будь то придуманный какой-нибудь обезьяной новый способ смачивания пищи или высказанные людьми новые идеи в сфере моды, религии или гендерных ролей. Благодаря этому культурные традиции продолжаются, несмотря на то, что сами культуры меняются.

Резюме

Результаты глубокого изучения гендерных ролей свидетельствуют о большом влиянии на них культуры. Гендерные роли зависят от культуры и изменяются с течением времени. Культурное влияние преимущественно передается не непосредственно от родителей, а через сверстников.

Заключение

Биология и культура существуют не изолированно друг от друга, ибо культура «работает» с тем материалом, который предоставлен ей биологией. А это значит, что вполне уместны следующие вопросы: как взаимодействуют биология и культура? И как наши Я взаимодействуют с теми ситуациями, в которых мы оказываемся?

И биология, и культура

Не следует думать, что культура и эволюция — конкуренты. Культурные нормы деликатно, но решительно влияют на наши установки и поведение, но делают они это не в отрыве от биологии. Все социальное и психологическое есть в конечном счете биологическое. Если ожидания окружающих и влияют на нас, то потому, что это часть заложенной в нас «биологической программы». Более того, культура может усиливать то, что инициируется нашей биологической наследственностью. Если гены и гормоны делают мужчин более предрасположенными к физической агрессии, чем женщин, культура может сделать это отличие более заметным через нормы, согласно которым от мужчин ожидают решительности, а от женщин — покладистости и доброты. Естественный и культурный отбор могут «объединить свои усилия» и направить их на формирование генетически выгодных черт, т. е. может иметь место процесс, который эволюционнные психологи называют **коэволюцией**. «Сегодня свой вклад в достижение такой цели, как адаптивность, вносят и гены, и культура, тесно связанные друг с другом», — отмечает Джон Арчер (Archer, 1996).

Биология и культура могут **взаимодействовать** друг с другом. Биологические черты человека оказывают влияние на восприятие его окружающими. На Сильвестра Сталлоне и Вуди Аллена люди реагируют по-разному. Мужчины, которые в среднем примерно на 8% выше, чем женщины, и обладают примерно в два раза большей мышечной массой, чем они, имеют, подобно этому, и совсем другой жизненный опыт. Или такой пример: весьма строгая культурная норма предписывает мужчине быть выше ростом, чем женщина, за которой он ухаживает. Из результатов одного опроса следует, что только одна супружеская пара из 720 нарушает ее (Gillis & Avis, 1980). Задним числом, зная подход эволюционных психологов, мы можем объяснить это тем, что более высокий рост (и более зрелый возраст) помогают мужчинам осуществлять свою социальную власть над женщинами. Но с равным успехом мы можем объяснить эту культурную норму и эволюционной мудростью: если бы люди предпочитали сексуальных партнеров одного с ними роста, высокие мужчины и низкорослые женщины нередко оставались бы одинокими. Именно поэтому эволюция «приказывает» мужчинам быть выше женщин, а культура тоже самое предписывает супружеским парам. Так что норма, связанная с ростом супругов, вполне может быть результатом совместного «творчества» биологии и культуры.

{Нарушение нормы, согласно которой мужчина в брачной паре должен быть выше женщины, — крайне редкое явление}

Элис Игли в книге «Половые различия в социальном поведении» (*Sex Differences in Social Behavior.* Eagly, 1987; см. также Eagly & Wood, 1987) высказывает предположения о механизме взаимодействия биологии и культуры (рис. 5.5).

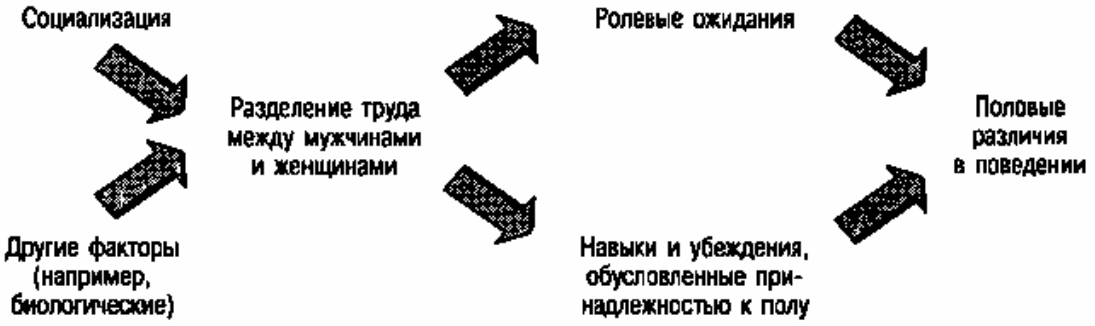


Рис. 5.5. Социально-ролевая теория возникновения гендерных различий в социальном поведении. Различные влияния, включая детский опыт и биологические факторы детства, склоняют мужчин и женщин к исполнению разных ролей. Именно ожидания, навыки и убеждения, которые ассоциируются с этими разными ролями, и влияют на поведение мужчин и женщин. (*Источник*: Eagly, 1987; Eagly & Wood, 1991)

По мнению авторов, гендерное разделение труда определяется множеством различных факторов, включая биологические влияния и социализацию, имевшую место в детстве. Во взрослой жизни непосредственными причинами различного социального поведения мужчин и женщин являются их роли, отражающие это разделение труда. Мужчины, обладающие большей физической силой и способные «развивать» большую скорость, склонны к исполнению ролей, требующих именно этих

качеств. Женщины, наделенные способностью вынашивать и выхаживать младенцев, более склонны к ролям воспитателей и опекунов. Следовательно, каждый пол склонен демонстрировать поведение, ожидаемое от исполнителей этих ролей, и имеет соответствующие им навыки и убеждения. Анализ разделения труда в 185 обществах свидетельствует о том, что охота на крупного зверя и переработка древесины — исключительно мужская работы, стирка и приготовление пищи — преимущественно женская обязанность (среди тех, кто занимается ими, женщин 90%), а среди занимающихся выращиванием зерновых культур и дойкой коров мужчин и женщин примерно поровну. Игли прогнозирует, что по мере сближения ролей мужчин и женщин гендерные различия будут становиться «менее заметными». То, что это действительно так, доказывает, по мнению Игли и Вуда, такой факт: в культурах, где больше равенства в исполнении ролей мужчинами и женщинами, разница в требованиях к партнеру (мужчина ищет молодую и домовитую, а женщина — обеспеченного и с положением) менее заметна. То же самое произошло и с гендерным различием в оценке представителями обоих полов собственной мужественности (или женственности): увеличение числа женщин, выполняющих работу, которая прежде традиционно считалась мужской, приводит к его уменьшению (Twenge, 1997). По мере того как будет увеличиваться сходство между ролями, исполняемыми мужчинами и женщинами, психологические различия между ними будут стираться. Хотя благодаря биологии мужчины предрасположены к выполнению работы, требующей физической силы, а женщины — к заботе о детях, Вуд и Игли полагают, что «поведение и мужчин, и женщин достаточно гибкое, благодаря чему представители обоих полов могут эффективно исполнять роли организаторов на всех уровнях» (Eagle & Wood, 2000).

Влияния биологии и социализации важны в той мере, в какой они сказываются на исполняемых людьми социальных ролях, ибо кем мы становимся, зависит от того, какие роли мы играем. Если мужчины более напористы, чем женщины, а женщины больше склонны к опеке, чем мужчины, то это может быть *результатом* исполнения первыми властных ролей, а вторыми — «опекунских». Когда работники (и мужчины, и женщины) переходят от разговоров с руководителем к беседам с подчиненными, и те и другие становятся более решительными (Moskowitz et al., 1994).

Главный урок социальной психологии

По мнению физика Нильса Бора, «истины бывают тривиальными и великими. Утверждение, диаметрально противоположное тривиальной истине, — не более чем ложь, а антитеза великой истины тоже истинна». Каждая глава этой части данной книги, посвященной социальному влиянию, несет в себе великую истину о том, насколько сильно влияние социальной ситуации. Одной этой великой истины о силе внешнего давления хватило бы для объяснения нашего поведения, будь мы даже такими же пассивными, как перекати-поле. Но мы не перекати-поле и потому не позволяем внешним обстоятельствам распоряжаться нами. Мы действуем и взаимодействуем, реагируем на обстановку и воспринимаем ее реакцию на нас. Мы способны не только противостоять социальным ситуациям, но в некоторых случаях даже изменять их. Именно поэтому, завершая каждую из глав, посвященных социальному влиянию, я стараюсь привлечь ваше внимание к антитезе этой великой истины — к утверждению о силе личности.

<Информация к размышлению: если утверждение Бора — глубокая истина, что же является ее антитезой?>

Возможно, подчеркивание влияния культуры несколько шокирует вас. Большинству из нас не нравится любое упоминание о том, что наше поведение определяется внешними силами: мы считаем себя свободными существами и инициаторами собственных поступков (во всяком случае, тех, которых не приходится стыдиться). Мы чувствуем, что вера в социальный детерминизм способна привести нас к тому, что философ Жан-Поль Сартр называл «дурной верой», — к уходу от ответственности и к стремлению возлагать вину за собственную судьбу на что-либо или на кого-либо.

На самом же деле идеи социального контроля (власти ситуации) и личностного контроля (власти индивидуума) не более конкурируют друг с другом, чем трактовки, основанные на биологии и на культуре. Оба — и социальное, и личностное — объяснения нашего поведения справедливы, ибо в любой момент времени все мы одновременно и творцы наших социальных миров, и их творения. Мы вполне можем быть одновременно продуктами и наших генов, и внешних обстоятельств. Но

справедливо также и то, что приближается будущее, и наш долг решить, каким ему быть. Наше завтра зависит от того, какой выбор мы сделаем сегодня.

<Истина всегда парадоксальна. *Лао Цзы*, Простой путь>

Социальные ситуации на самом деле оказывают на людей глубочайшее влияние. Но и люди тоже воздействуют на социальные ситуации. Индивид и ситуация *взаимодействуют* друг с другом. Спрашивать, что именно — внешние факторы или внутренние диспозиции (либо культура или эволюция) — определяет поведение, все равно что спрашивать, от чего зависит площадь поля — от ширины или от длины.

Причин, определяющих это взаимодействие, по меньшей мере три (Snyder & Ickes, 1985). Во-первых, одна и та же социальная ситуация нередко *влияет на разных людей по-разному*. Все мы воспринимаем действительность по-разному, и каждый из нас реагирует на нее в соответствии со своим восприятием. Кроме того, некоторые люди более чувствительны и отзывчивы на социальную ситуацию и острее реагируют на нее, чем остальные (Snyder, 1983). Так, японцы более отзывчивы к социальным ожиданиям, чем британцы (Argyle et al., 1978).

Во-вторых, взаимодействие индивидов и ситуаций происходит потому, что *индивиды нередко сами выбирают для себя ситуации* (Ickes et al., 1997). Имея возможность выбирать, коммуникабельные люди предпочитают ситуации, вызывающие социальное взаимодействие. Решая, в каком именно колледже учиться, вы одновременно выбираете и совершенно определенные социальные влияния, которые вам предстоит испытывать. Политики, одержимые либеральными идеями, вряд ли станут жить в Калифорнии, в Апельсиновом округе, и вступать в Торговую палату. Более вероятно, что они поселятся в Торонто и примкнут к «Гринпис» (а чтению *Manchester Guardian* предпочтут чтение *Times of London*). Иными словами, каждый выбирает для себя тот социальный мир, который усиливает его собственные склонности.

В-третьих, люди нередко сами создают ситуации, в которых оказываются. Вспомните, что наши предубеждения могут сбываться: если мы ожидаем, что некто окажется экстравертом, враждебным, женственным или сексуальным, то будем вести себя по отношению к этому человеку таким образом, что сможем инициировать именно то поведение, которого ожидаем. В конце концов, что создает социальную ситуацию, если не участвующие в ней люди? Либеральная обстановка создается либералами. Что бы ни происходило в женском клубе, все это — дело рук его членов. Социальная ситуация — не погода, которая совершенно не зависит от нас. Она скорее похожа на наш дом — на нечто такое, что мы обустраиваем для себя сами.

Резюме

Биологические и культурологические трактовки не антиподы. Они взаимодействуют друг с другом. Биологические факторы действуют в определенном культурном контексте, а культура формируется на биологическом фундаменте.

Великая истина о могуществе социального влияния, если рассматривать ее в отрыве от дополняющей ее истины о могуществе индивида, не более чем полуправда. Можно назвать по меньшей мере три причины взаимодействия индивидов и ситуаций. Во-первых, люди по-разному интерпретируют конкретные ситуации, а потому и реагируют на них по-разному. Во-вторых, люди сами выбирают многие из тех ситуаций, которые способны повлиять на них. В-третьих, люди помогают создавать свои социальные ситуации. Так что властью обладают как ситуации, так и люди. Мы — создатели и создания своих социальных миров.

Постскриптум автора

Кто мы такие? Создатели наших социальных миров или их создания?

Причинно-следственная связь между ситуациями и индивидами позволяет нам рассматривать людей либо как *реагирующих* на ситуацию, либо как *воздействующих* на нее. Обе точки зрения верны, ибо мы и архитекторы своих социальных миров, и их создания. Однако можно ли сказать, что в одной из этих точек зрения больше мудрости? С одной стороны, полезно осознавать, что нас формирует

окружение (чтобы не слишком гордиться собственными достижениями и не слишком винить себя за нерешенные проблемы), а другие люди — свободные личности (чтобы вести себя менее «отечески» и манипулятивно по отношению к ним).

<Объясняя нищету и психические расстройства, преступность и противоправные действия, алкоголизм и даже безработицу личными, внутренними изъянами людей... мы просто признаемся, что не можем предотвратить их. *Джордж Олби*, 1979>

Возможно, полезным нередко является и обратное: восприятие себя как свободных личностей, а других — как испытывающих влияние со стороны их окружения. Это позволило бы нам, с одной стороны, быть более объективными в том, что касается восприятия самих себя, а с другой — лучше понимать окружающих и стремиться к большему пониманию и социальным улучшениям в отношениях с ними. (Осознав, что окружающие — продукт социальной среды, мы становимся более склонными к пониманию и эмпатии, чем к самодовольному осуждению неприятного для нас поведения как результату свободного выбора «аморальных», «имеющих садистские наклонности» или «ленивых» людей.) Большинство конфессий призывают нас к тому, чтобы мы сами отвечали за свои поступки, но воздерживались от осуждения других. Не потому ли религия учит нас именно этому: мы от природы склонны прощать самим себе собственные огрехи и осуждать окружающих за их ошибки?

Глава 6. Конформизм

Вам наверняка знакома такая ситуация: как только оратор, высказывавший спорные идеи, или музыкальный ансамбль заканчивают выступление, фанаты, сидевшие в первых рядах, встают и начинают хлопать в ладоши. Поклонники, сидящие чуть дальше, следуя их примеру, тоже поднимаются со своих мест, аплодируя. И вот волна стоящих людей докатывается до тех, кто в другой ситуации, не вставая со своих удобных кресел, вполне мог бы ограничиться вежливыми хлопками. Вы сидите среди этих людей, и какая-то часть вас не хочет вставать («Я совершенно не согласен с тем, что говорил этот оратор»). Но останетесь ли вы сидеть, если и сидящие вокруг вас тоже встанут? Быть «белой вороной» нелегко.

Когда видишь подобные проявления конформизма, невольно возникает ряд вопросов. Во-первых, почему при большом разнообразии индивидуальностей в многочисленных группах их поведение столь единообразно? Почему все встают, даже те, кто вовсе не в восторге от выступавших? Можно ли сказать, что временами социальное давление настолько велико, что индивидуальные различия стираются? Куда подевались неисправимые индивидуалисты? Всегда ли в повседневности легче рассуждать о храбрости, чем проявлять ее?

Во-вторых, так ли на самом деле плох конформизм, как следует из того образа покорного «стада», который я создал, описывая зрителей? Может быть, вместо этого мне следовало воспеть их «групповую солидарность» и «социальную восприимчивость?»

<Люди доверчивы, как овцы, и конформны, как волки. *Карл Ван Дорен*, Почему я скептик>

Давайте попробуем сначала ответить именно на второй вопрос. Хорош или плох *конформизм*? Во-первых, хоть наука и не дает ответа на этот вопрос, исходя из нравственных ценностей, которые большинство из нас разделяют, можно сказать следующее: иногда конформизм плох (когда он становится причиной того, что кто-то садится пьяным за руль или вступает в ряды расистов), иногда — хорош (когда он мешает людям вести себя в общественных местах несоответствующим образом), а порой — ни плох ни хорош (например, когда мы, собираясь на теннисный корт, надеваем белые костюмы).

Во-вторых, само слово «конформизм» несет отпечаток некоего негативного суждения. Что вы почувствуете, если случайно услышите, как кто-то называет вас «стопроцентным конформистом»? Смею предположить, что оскорбитесь, потому что вы, возможно, принадлежите к западной культуре, которая не одобряет подчинения давлению со стороны людей, равных вам по положению. Поэтому североамериканские и европейские социальные психологи, воспитанные в традициях своих индивидуалистических культур, чаще используют для обозначения этого подчинения негативные ярлыки (конформизм, уступчивость, подчинение), нежели позитивные (социальная восприимчивость, чуткость, способность к сотрудничеству и к работе в команде).

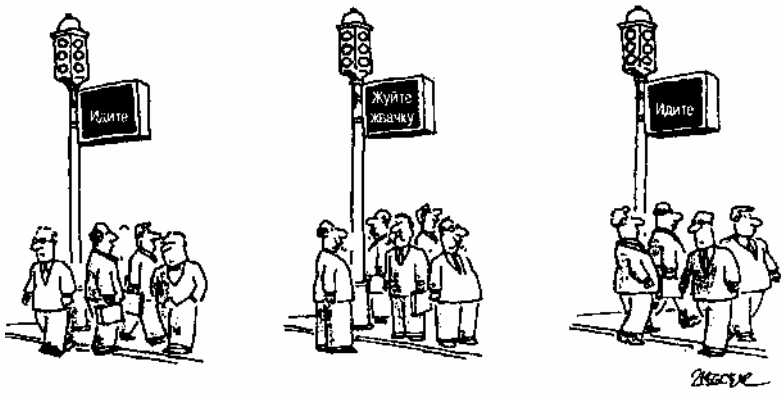
В Японии умение «идти в ногу» с окружающими является признаком терпимости, самоконтроля и духовной зрелости, а не слабости (Markus & Kitayama, 1994). «Повсюду в Японии ощущается недоступная пониманию непосвященного безмятежность, присущая людям, прекрасно знающим, чего они могут ожидать друг от друга» (Morrow, 1983).

<Каким бы именем ни называли то, что разрушает личность, это — деспотизм. *Джон Стюарт Милль*, О свободе, 1859>

Следовательно, мы выбираем ярлыки, соответствующие нашим нравственным ценностям и суждениям. Мысленно возвращаясь в прошлое, я склонен назвать сенаторов, которые пошли «против течения» и проголосовали против введения войск во Вьетнам, «независимыми» и «патриотами», а тех, кто сделал то же самое в отношении Закона о гражданских правах, — «реакционерами» и «эгоцентриками». Ярлыки и описывают, и оценивают; от них никуда не деться. Тему, заявленную в названии этой главы, невозможно обсуждать без ярлыков. Поэтому давайте уточним смысл таких понятий, как «конформизм», «уступчивость» и «одобрение».

<Социальное давление, которое общество оказывает на нас, есть оплот наших нравственных ценностей. *Амитай Этциони*, Дух общинности, 1993>

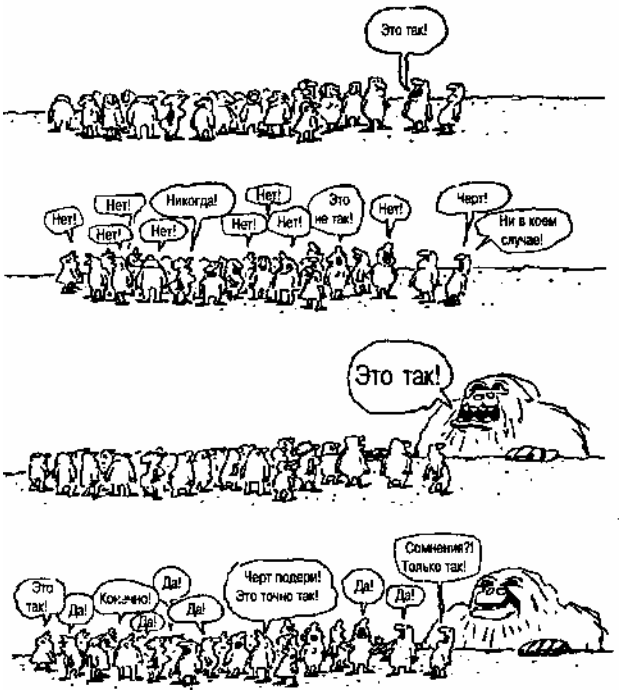
Когда вместе с другими болельщиками вы вскакиваете со своего места, чтобы выразить восторг по поводу победного гола, можно ли назвать это конформизмом? Кроме вас кофе и молоко пьют миллионы людей. Значит ли это, что вы конформист? Если вы, как и все остальные, считаете, что женщина с ухоженной прической выглядит привлекательнее женщины с обритой головой, можно ли назвать это проявлением конформизма? Может быть, да, а может быть — нет. Чтобы ответить на этот вопрос, нужно знать, останутся ли ваше поведение и ваши убеждения неизменными и в отсутствие группы. Именно это и имеет принципиальное значение. Если кроме вас на стадионе не будет ни души, станете ли вы вскакивать с места, чтобы приветствовать команду, забившую гол? Проявлять конформность значит не только поступать так, как поступают другие, но и поддаваться влиянию этих «других». Это значит наедине с самим собой вести себя иначе, чем в коллективе. Следовательно, **конформизм** — это «изменение поведения или убеждения... в результате реального или воображаемого давления группы» (Kiesler & Kiesler, 1969, p. 2).



(— Идите. — Жуйте жвачку. — Идите.)

Подчинение

Есть несколько разновидностей конформизма (Nail et al., 2000). Рассмотрим две из них — уступчивость и одобрение. Иногда мы проявляем конформность, не веря по-настоящему в то, что делаем. Мы повязываем галстук или надеваем платье, хотя не любим ни того ни другого. Подобный внешний конформизм называется **уступчивостью**. Мы уступаем требованиям окружающих, чтобы заслужить поощрение или избежать наказания. Если наша уступчивость представляет собой ответ на недвусмысленный приказ, то ее можно назвать *подчинением*.



(— Это так!

— Нет! Нет! Нет! Нет! Никогда! Нет! Нет! Нет! Это не так! Нет! Черт! Ни в коем случае!

— Это так!

— Это так! Да! Конечно! Да! Да! Да! Черт подери! Это точно так! Да! Да! Сомнения?! Только так!)

Власти могут вынудить быть уступчивым на публике, но добиться неофициального одобрения — это совсем другое дело

Иногда мы и сами искренне верим в то, что нас вынуждает делать группа. Мы можем пополнить ряды миллионов пьющих молоко людей, потому что считаем его полезным. Этот внутренний, искренний конформизм называется **одобрением**. Нередко одобрение возникает после уступки. Как подчеркивалось в главе 4, установки есть следствие поведения. За исключением тех случаев, когда мы не чувствуем себя ответственными за свои поступки, мы обычно проникаемся симпатией к тому, что нам приходится отстаивать.

Классические исследования

В каких «колбах» социальные психологи изучают конформизм в лабораторных условиях? Какую информацию о действенности социальных сил и о природе зла можно извлечь из полученных ими результатов?

Исследователи, изучающие конформизм, создают социальные миры в миниатюре — некие лабораторные «микрокультуры», упрощающие и имитирующие важные черты повседневного социального влияния. Рассмотрим три серии экспериментов, ставших классическими. О каждой из них можно сказать, что она представляет собой один из возможных методов изучения конформности и принесла в известной мере неожиданные результаты.

Формирование норм: эксперименты Шерифа

Первое из этих трех исследований — своеобразное связующее звено между идеей о способности культуры создавать и поддерживать принудительные нормы, о чем было немало сказано в главе 5, и конформностью, являющейся основным содержанием данной главы. Музафера Шерифа заинтересовала принципиальная возможность экспериментального изучения такой проблемы, как формирование социальных норм (Sherif, 1935, 1937). Подобно биологам, ищущим способ сначала выделить вирус, а уж

потом начать изучать его, Шериф хотел, прежде чем экспериментировать с таким социальным феноменом, как возникновение норм, «получить его в чистом виде».

<Почему тебе хочется зевать, когда рядом с тобой кто-то зевает? *Роберт Бёртон*, Анатомия меланхолии, 1621>

Представьте себе, что вы — участник одного из экспериментов Шерифа. Вы сидите в темной комнате, и в 4,5 метрах от вас появляется святящаяся точка. Сначала решительно ничего не происходит. Затем она передвигается в течение нескольких секунд, после чего исчезает. А вам нужно ответить на вопрос, на какое расстояние она сместилась. В комнате темно, и у вас нет никакой «точки отсчета», которая помогла бы вам определить его. И вы начинаете гадать: «Может быть, сантиметров на 15». Экспериментатор повторяет процедуру, и на этот раз на тот же самый вопрос вы отвечаете по-другому: «25 сантиметров». Все ваши последующие ответы колеблются вокруг цифры «20».

На следующий день, вернувшись в лабораторию, вы оказываетесь в обществе еще двух испытуемых, которые накануне, как и вы, наблюдали за светящейся точкой поодиночке. Когда заканчивается первая процедура, ваши товарищи предлагают свои ответы, исходя из уже имеющегося у них опыта. «2,5 сантиметра», — говорит первый. «5 сантиметров», — говорит второй. Несколько растерявшись, вы тем не менее говорите: «15 сантиметров». Если процедура будет повторяться в том же составе и в течение этого дня, и в течение двух последующих дней, изменится ли ваш ответ? Ответы участников эксперимента Шерифа, студентов Колумбийского университета, изменились весьма существенно. Как показано на рис. 6.1, обычно складывалась некая групповая норма. Она не соответствовала действительности. Почему? Потому что световая точка вообще не двигалась! Эксперименты Шерифа были основаны на иллюзии восприятия, известной под названием «автокинетическое движение».

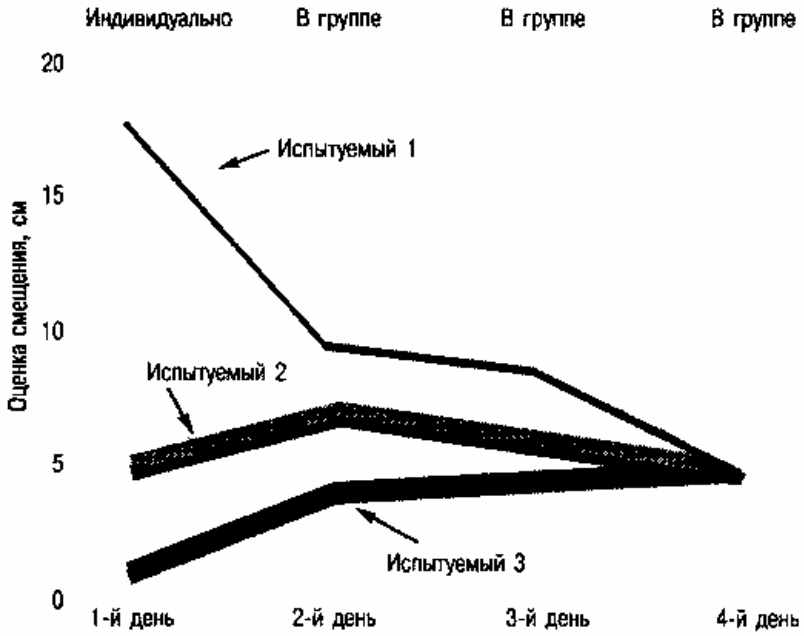


Рис. 6.1. Типичный пример образования норм в экспериментах Шерифа. Оценки тремя испытуемыми расстояния, на которое якобы смещалась световая точка, от опыта к опыту все более и более сближались. (*Источник*: Sherif & Sherif, 1969, p. 209)

Этот метод был использован Шерифом и его помощниками для того, чтобы понять, насколько люди внушаемы. Что произойдет, если повторно протестировать испытуемых через год? Вернутся ли они к своим первоначальным оценкам или по-прежнему будут придерживаться групповых норм? (Rohrer et al., 1954). (О чем свидетельствует поведение испытуемых — об уступчивости или о согласии?)

Роберт Джейкобс и Дональд Кэмпбелл, пораженные очевидной способностью культуры сохранять ложные убеждения, изучали их распространение в своей лаборатории в Университете

Северо-Запада (Jacobs & Campbell, 1961). Изучая автокинетическое движение, они привлекли к участию в экспериментах своего помощника, которого «подсаживали» к испытуемым для того, чтобы тот давал завышенные оценки «смещению» точки. Затем помощника «выводили» из эксперимента, заменяя его настоящим новым испытуемым, последний, в свою очередь, заменялся «еще более новым». Завышенное смещение «пережило» пять поколений испытуемых, после чего несколько уменьшилось. Эти люди стали «ничего не подозревающими соучастниками поддержания культурной фальшивки». Урок, который можно извлечь из этих экспериментов, заключается в следующем: наши представления о действительности принадлежат не только нам.

Последствия нашей внушаемости в реальной жизни нередко бывают забавными. Стоит кому-нибудь одному зевнуть, кашлянуть или рассмеяться, как окружающие тут же начинают делать то же самое. Тот, кто использует записанный на пленку смех за кадром комедийных шоу, учитывает нашу внушаемость. Общение со счастливыми людьми делает нас самих более счастливыми — феномен, названный Питером Тоттерделлом и его коллегами «взаимозависимостью настроений» (Totterdell et al., 1998). Результаты их наблюдений над медсестрами и бухгалтерами свидетельствуют о том, что работающие бок о бок люди нередко одновременно пребывают в приподнятом или подавленном настроении.

Вторая форма «социального инфицирования» — это так называемый «эффект хамелеона» (Chartland & Bargh, 1999). Представьте себе, что вы — участник одного из экспериментов и сидите вместе с человеком (на самом деле это помощник экспериментатора), который время от времени или трет лицо, или начинает покачивать ногой. Оказавшись в подобной ситуации, стали бы вы делать то же самое — потирать лицо или покачивать ногой, если бы это делал сидящий рядом с вами человек? Если да, то это, с высокой долей вероятности, будет автоматическим поведением без сознательного намерения приспособиться к другому, позволяющее вам почувствовать то, что чувствуют другие (Neumann & Strack, 2000).

Внушаемость может проявляться и в больших масштабах. В конце марта 1954 г. газеты Сиэтла сообщили о том, что в городке, расположенном в 80 милях севернее Сиэтла, повреждены лобовые стекла многих автомобилей. 14 апреля стало известно о том, что машины с поврежденными стеклами обнаружены в городе на расстоянии 65 миль от Сиэтла, а на следующий день такие машины нашлись и на расстоянии всего лишь 45 миль от него. «Разрушитель лобовых стекол» добрался до Сиэтла еще засветло, и к концу дня 15 апреля в полиции Сиэтла уже лежало более 3000 заявлений от автовладельцев, чьи машины пострадали от его рук (Medalia & Larsen, 1958). В тот же вечер мэр Сиэтла обратился за помощью к президенту Эйзенхауэру.

(— Не знаю, в чем дело, но мне вдруг очень захотелось позвонить.)

В то время мне было 11 лет, и я жил в Сиэтле. Помню, как я осматривал наш автомобиль, напуганный разговорами о том, что в результате испытания в Тихом океане водородной бомбы над нашим городом выпал радиоактивный дождь. Однако на следующий день, 16 апреля, газеты намекнули, что истинным «подозреваемым» может быть массовое внушение. После 17 апреля поток жалоб иссяк. Последующий осмотр машин с выщербленными стеклами показал, что это самые обыкновенные дорожные повреждения. Почему мы заметили это только после 14 апреля? Поддавшись внушению, все смотрели *на* свои ветровые стекла вместо того, чтобы сесть в машину и посмотреть *через* них.

В реальной жизни внушаемость отнюдь не всегда столь безобидна. Такие события, как угоны самолетов, сообщения об НЛО и даже самоубийства, нередко происходят волнообразно (см. Проблема крупным планом. Коллективные заблуждения). По данным социолога Дэвида Филлипса и его коллег, число самоубийств, а также дорожных аварий с фатальным исходом и крушений частных самолетов (которые иногда являются замаскированными самоубийствами), возрастает после суицидов, широко освещаемых в средствах массовой информации (Phillips et al., 1985, 1989). Так, в августе 1962 г. в США число самоубийств превысило обычную для этого месяца цифру на 200: 6 августа покончила с собой Мерилин Монро. Более того, число суицидов возрастает только в тех округах, где публикуется статистика самоубийств. Чем больше информированность населения, тем заметнее рост трагических инцидентов.

Проблема крупным планом. *Коллективные заблуждения*

Внушаемость в массовом масштабе проявляется в виде коллективных заблуждений — в виде спонтанного распространения ложных убеждений. В некоторых случаях она принимает форму «массовой истерии»: в учебных заведениях или на производстве учащиеся и работники начинают жаловаться на физическое недомогание без каких бы то ни было видимых причин для этого. Как-то одна средняя школа, в которой обучалось 2000 детей, была закрыта на 2 недели, поскольку 170 учащихся и работников обратились к врачам с жалобами на боли в животе, головокружение, головную боль и тошноту. После того как специалисты обследовали все помещения от подвалов до чердаков в поисках вирусов, бактерий, пестицидов, гербицидов — чего-нибудь, что могло бы объяснить болезненное состояние людей, находившихся в школе, они не нашли решительно ничего (Jones et al., 2000). Как и во многих других случаях массовой истерии, слухи о том, что возникла какая-то «проблема», заставили людей обратить внимание на собственное физическое состояние, и повседневные, обычные симптомы оказались связанными со школой.

Социологи Роберт Бартоломью и Эрих Гуд сообщают о других случаях массовых заблуждений, имевших место в минувшем тысячелетии (Bartholomew & Goode, 2000). Известно, что в Средние века в монастырях Европы время от времени можно было наблюдать то, что называется имитационным поведением. Тогда существовало поверье, будто животные способны вселяться в людей, и вот в одном большом французском монастыре одна монахиня начала мяукать, как кошка. В конце концов «все монахини стали мяукать вместе — ежедневно, в одно и то же время». Примерно тогда же в немецком монастыре объявилась монахиня, которая всех кусала, и вскоре уже и «остальные монахини этого монастыря начали кусать друг друга». Прошло совсем немного времени, и «мания кусания» распространилась и на другие монастыри.

В 1914 г. в Южной Африке, бывшей в то время британской колонией, в газетах появилось ошибочное сообщение о том, что немецкие самолеты летают над территорией страны, готовясь совершить нападение. Маневры, о которых сообщалось, были недоступны самолетам начала XX в., а расстояние между Германией и Южной Африкой было непреодолимым для них. Но это не помешало тысячам людей ошибочно принять такие трудноидентифицируемые на фоне ночного неба объекты, как звезды и планеты, за вражеские самолеты.

24 июня 1947 г. Кеннет Арнольд, пилотируя собственный самолет в районе Маунт-Рейнир [*Mount Rainier* — Национальный парк. Находится в штате Вашингтон, включает часть Каскадных гор, в том числе самую высокую вершину штата — вулкан Рейнир. — *Примеч. перев.*], увидел в небе 9 светящихся объектов. Испугавшись, что перед ним — иностранные ракеты, он попытался сообщить об этом инциденте в ФБР. Когда же выяснилось, что офис ФБР закрыт, Кеннет отправился в редакцию местной газеты, где и рассказал про крестообразные объекты, перемещавшиеся, как «тарелки, брошенные на поверхность воды». Когда потом об этом инциденте сообщило более чем в 150 газетах агентство «Ассошиэйтед Пресс», с легкой руки «специалистов по придумыванию» газетных заголовков термин «летающие тарелки» стал общеупотребительным, а количество тех, кто в то лето собственными глазами видел их в разных частях света, росло лавинообразно.

Хотя не все исследователи подтверждают этот феномен — способность самоубийц «вербовать» последователей, — он нашел подтверждение в Германии, в одной из психиатрических клиник Лондона,

где в течение одного года покончили с собой 14 пациентов, и в одной средней школе, где в течение 18 дней было два добровольных ухода из жизни, семь суицидных попыток и 23 ученика сказали, что думают о самоубийстве (Joiner, 1999; Jonas, 1992). И в Германии, и в США число суицидов несколько увеличивается после демонстрации телевизионных сериалов, персонажи которых кончают с собой; ирония заключается в том, что к аналогичным последствиям приводят и серьезные произведения, в центре которых — проблема суицида (Gould & Shaffer, 1986; Hafner & Schmidtke, 1989; Phillips, 1982). По данным Филлипса, подростки наиболее подвержены подобному влиянию, что позволяет понять случающиеся время от времени серии подростковых самоубийств.

Давление группы: эксперименты Аша

Участники экспериментов Шерифа, в которых использовалось автокинетическое движение, сталкивались с неоднозначной реальностью. Рассмотрим более определенную с точки зрения восприятия проблему, с которой столкнулся мальчик по имени Соломон Аш (1907-1996). Аш вспоминал, как во время седера [Седер — ритуальный ужин, который устраивается на еврейскую Пасху. — *Примеч. перев.*] спросил у своего дяди, сидевшего рядом с ним:

««Почему дверь должна быть не заперта?» Дядя ответил: «В этот вечер пророк Илия заходит в каждый еврейский дом и отпивает глоток вина из приготовленной специально для него чаши». Эта новость поразила меня, и я переспросил: «Неужели он правда приходит? И то, что он пьет, тоже правда?» — «Если ты будешь смотреть очень внимательно, когда откроется дверь, ты увидишь — смотри на чашу! — ты увидишь, что вина стало чуточку меньше», — сказал дядя.

Именно это и произошло. Я впился взглядом в чашу с вином: мне во что бы то ни стало нужно было увидеть, изменится в ней что-нибудь или нет. Это было мучительно, и, конечно, нельзя было быть абсолютно уверенным в этом, но мне показалось, что что-то на самом деле произошло с вином и его уровень в чаше немного понизился» (Aron & Aron, 1989, p. 27).

Прошли годы, и социальный психолог Аш воссоздал в своей лаборатории ситуацию, воспоминания о которой сохранились у него с детства. Представьте себя в роли одного из добровольных участников эксперимента Аша. Вы сидите шестым в ряду, в котором всего 7 человек. Сначала экспериментатор объясняет вам, что все вы принимаете участие в исследовании процесса восприятия и связанных с ним суждений, а затем просит ответить на вопрос: какой из отрезков прямой, представленных на рис. 6.2, равен по длине стандартному отрезку? Вам с первого взгляда понятно, что стандартному отрезку равен отрезок № 2. Поэтому нет ничего удивительного в том, что все 5 человек, которые ответили до вас, сказали: «Отрезок № 2».

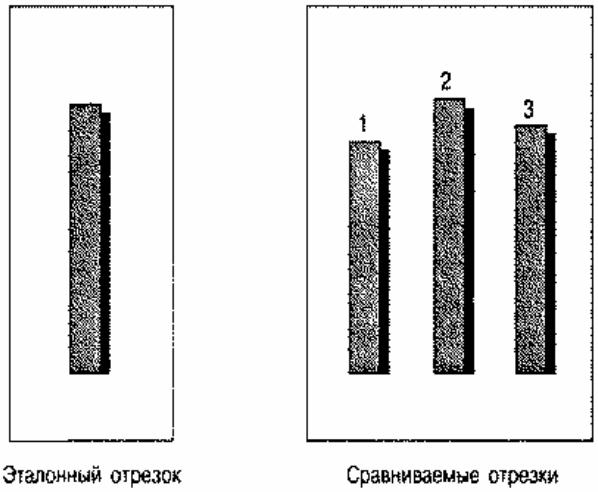


Рис. 6.2. Эксперимент Соломона Аша по изучению конформизма. Карточки с изображением стандартного отрезка прямой и отрезков, из которых нужно выбрать равный ему по длине. Участники эксперимента должны решить, какой из трех отрезков (№ 1, № 2 или № 3) равен по величине стандартному отрезку

Следующее сравнение проходит столь же легко, и вы настраиваетесь на кажущийся вам простым тест. Однако третий раунд очень удивляет вас. Хотя правильный ответ кажется таким же бесспорным, как и в первых двух случаях, первый отвечающий дает неверный ответ. А когда и второй говорит то же самое, вы приподнимаетесь со стула и впиваетесь глазами в карточки. Третий испытуемый повторяет то, что сказали первый и второй. У вас отвисает челюсть, и тело покрывается липким потом. «В чем дело? — спрашиваете вы себя. — Кто из нас слеп? Они или я?» Четвертый и пятый соглашаются с первыми тремя. И вот взгляд экспериментатора устремлен на вас. Вы испытываете то, что называется «эпистемологической дилеммой»: «Как мне узнать, кто прав? Мои товарищи или мои глаза?» В ходе экспериментов Аша в подобной ситуации оказывались десятки студентов. Те из них, кто входил в состав контрольной группы и отвечали на вопросы экспериментатора, будучи один на один с ним, в 99 случаях из 100 давали правильные ответы. Аша интересовал следующий вопрос: если несколько человек (помощники, «подученные» экспериментатором) дадут одинаковые неверные ответы, станут ли и другие испытуемые утверждать то, что в другой ситуации они бы отрицали? Хотя некоторые испытуемые ни разу не проявили конформности, три четверти из них продемонстрировали ее хотя бы единожды. В целом 37% ответов оказались «конформными» (или следует сказать, что в 37% случаев испытуемые «*полагались* на других»?). Разумеется, это означает, что в 63% случаев конформизма не было. Вопреки тому, что многие его испытуемые продемонстрировали свою независимость, отношение Аша к конформизму было таким же недвусмысленным, как и правильные ответы на поставленные им вопросы: «То, что вполне интеллигентные и исполненные благих намерений молодые люди готовы назвать белое черным, вызывает тревогу и заставляет задуматься как о наших методах обучения, так и о нравственных ценностях, направляющих наше поведение» (Asch, 1955).

{В одном из экспериментов Аша по конформизму (верхний снимок) на долю участника № б выпали нелегкие минуты дискомфорта и внутреннего конфликта: 5 человек до него дали неверный ответ}

Методика Аша, ставшая стандартной, была использована в сотнях экспериментов. В них не хватало того, что в главе 1 было названо «бытовым реализмом» повседневного конформизма, но в «экспериментальном реализме» им отказать нельзя. Испытуемые были эмоционально вовлечены в то, что происходило в лабораториях.

<Пусть тот, кому известна истина, провозгласит ее, не спрашивая, кто поддерживает ее, а кто — нет. *Генри Джордж*, Вопрос об Ирландской земле, 1881>

Результаты Шерифа и Аша поражают воображение, потому что в них нет очевидного внешнего давления, принуждающего к конформизму, — ни вознаграждений за «командную игру», ни наказаний за «индивидуализм». Если люди не способны противостоять даже такому незначительному влиянию, каких масштабов может достичь их конформизм при откровенном принуждении? Сможет ли кто-нибудь принудить среднестатистического американца или гражданина Британского Содружества к совершению актов насилия? Я бы сказал, что нет: их гуманистические и демократические нравственные ценности, порожденные индивидуалистической культурой, должны сделать их недоступными подобному влиянию. К тому же между безвредными устными заявлениями участников этих экспериментов и реальным причинением вреда кому бы то ни было — огромная разница; ни вы, ни я никогда бы не подчинились приказу причинить вред ближнему. Или подчинились бы? Именно на этот вопрос и попытался ответить социальный психолог Стэнли Милгрэм.

Несколько слов об этике. Этические нормы требуют от исследователя по окончании эксперимента объяснить испытуемым, с какой целью он проводился (глава 1). Представьте себя на месте экспериментатора, который только что убедился в конформизме одного из испытуемых. Вы смогли бы рассказать ему правду о своем трюке с помощниками так, чтобы он не почувствовал себя доверчивым болваном?

Подчинение: эксперименты Милгрэма

Эксперименты Милгрэма — изучение того, что происходит с людьми, когда приказы наделенных властью лиц расходятся с требованиями их собственной совести, — самые знаменитые и самые противоречивые эксперименты в истории социальной психологии (Milgram, 1965, 1974). «Возможно, они в большей степени, чем какой бы то ни было другой эмпирический вклад социальных

наук, стали частью интеллектуального наследия, признанного всем нашим обществом, — той небольшой совокупности исторических фактов, библейских притч и примеров из классической литературы, к которой обращаются серьезные мыслители, когда спорят о человеческой природе или размышляют об истории человечества» (Ross, 1988).

Представьте себе следующую сцену, поставленную Милгрэмом, разносторонне одаренным человеком, обладавшим в том числе и талантами писателя и режиссера. Двое мужчин приходят в психологическую лабораторию Йельского университета, где им предстоит принять участие в изучении процесса обучения и памяти. Строгий экспериментатор, одетый в серый рабочий халат, говорит им, что в лаборатории проводится новаторское исследование — изучается влияние наказания на обучение, и требует, чтобы один из них («учитель») заставил другого («ученика») запомнить перечень парных понятий, наказывая за ошибки ударами электрического тока возрастающей силы. Распределение ролей — по жребию: испытуемые тянут из шляпы бумажки. Один из них, 47-летний бухгалтер с мягкими манерами, «подсадная утка», делает вид, что на его бумажке написано «ученик», и его препровождают в соседнюю комнату. «Учитель» (он пришел в лабораторию по газетному объявлению) получает несильный «ознакомительный» удар током, после чего наблюдает за тем, как «ученика» усаживают в кресло, привязывают к нему и закрепляют электроды у него на запястье.

Затем экспериментатор и «учитель» возвращаются в лабораторное помещение, и «учитель» занимает свое место перед «генератором тока», снабженным переключателем, с помощью которого «напряжение» можно варьировать от 15 до 450 вольт, причем цена деления составляет 15 вольт. На шкале сделаны надписи: «Слабый удар», «Очень сильный удар», «Опасно: сильнейший удар!» и тому подобные. В интервале от 435 до 450 вольт появляется надпись «XXX». Экспериментатор говорит учителю, что за каждую последующую ошибку «ученик» должен получать более сильный удар, чем за предыдущую. При каждом повороте переключателя вспыхивает лампочка, срабатывает реле и звучит зуммер.

Проблема крупным планом. *Последовательность протестов «ученика» — участника эксперимента Милгрэма, человека с «больным сердцем»*

75 вольт: Ой!

90 вольт: Ой!

105 вольт: Ой (*громче*)!

120 вольт: Ой! Эй! Мне же больно!

135 вольт: Ой!

150 вольт: Ой! Экспериментатор! Хватит! Выпустите меня! Я же говорил вам, что у меня больное сердце! Мне уже плохо! Выпустите меня, прошу вас! У меня начинается приступ! Я отказываюсь продолжать! Выпустите меня!

165 вольт: Ой! Выпустите меня! (*Кричит.*)

180 вольт: Ой! Мне очень больно! Я больше не могу терпеть! Выпустите меня! (*Кричит.*)

195 вольт: Ой! Да выпустите же меня! Выпустите! У меня плохо сердцем! Выпустите меня! Вы не имеете права удерживать меня здесь! Выпустите меня! Выпустите! Выпустите меня отсюда! У меня плохо с сердцем! Выпустите меня!

210 вольт: Ой! Экспериментатор! Выпустите меня! С меня хватит! Я больше не хочу участвовать в вашем эксперименте!

225 вольт: Ой!

240 вольт: Ой!

255 вольт: Ой! Выпустите меня отсюда!

270 вольт: (*Крики агонизирующего человека.*) Выпустите меня! Выпустите меня отсюда! Выпустите! Выпустите меня отсюда. Вы что, не слышите?! Выпустите меня!

285 вольт: (*Крики агонизирующего человека.*)

300 вольт: (*Крики агонизирующего человека.*) Я категорически отказываюсь отвечать! Выпустите меня отсюда! Выпустите! Выпустите меня отсюда!

315 вольт (*Громкие крики агонизирующего человека.*) Я же сказал, что больше не буду отвечать ни на какие вопросы! Я отказываюсь от участия в этом эксперименте!

330 вольт: (*Громкие и несмолкающие крики агонизирующего человека.*) Выпустите меня отсюда!

Выпустите! У меня сердечный приступ! Выпустите меня! Прошу вас! (*Истерически.*) Да выпустите же меня! Выпустите меня! Вы не имеете права удерживать меня здесь! Выпустите! Выпустите! Выпустите меня! Выпустите меня!

(*Источник*: Stanley Milgram. Obedience to Authority. New York: Harper & Row, 1974, p. 56-57.)

Если «учитель» подчиняется приказам экспериментатора, он при 75, 90 и 105 вольтах слышит стоны «ученика». При 120 вольтах «ученик» кричит, что ему больно. При 150 вольтах умоляет избавить его от мучений: «Экспериментатор, выпустите меня отсюда! Я не хочу больше участвовать в вашей работе! С меня хватит!» При 270 вольтах его протест выливается в вопли агонизирующего человека, и он продолжает требовать, чтобы его выпустили. В интервале от 300 до 315 вольт он кричит, что отказывается отвечать, а после 330 наступает тишина. В ответ на просьбу «учителя» прекратить эксперимент исследователь говорит, что отсутствие ответа будет приравнено к неверному ответу, и, чтобы заставить его продолжать, использует четыре фразы.

— Фраза 1: «Пожалуйста, продолжайте» (или «Прошу вас продолжить»).

— Фраза 2: «Условия эксперимента требуют, чтобы вы продолжили».

— Фраза 3: «Эксперимент должен быть продолжен — это очень важно».

— Фраза 4: «У вас нет выбора, вы должны продолжать».

Как далеко зашли бы вы сами? Милгрэм описывал этот эксперимент 110 психиатрам, студентам колледжей и взрослым представителям среднего класса. Все сказали, что, наверное, отказались бы выполнять распоряжения экспериментатора примерно при 135 вольтах и ни за что не «продвинулись» бы дальше 300 вольт. Понимая, что эти ответы могут отражать присущую самооценкам необъективность, Милгрэм спрашивал этих людей, как далеко, по их мнению, способны зайти другие. Практически никто не сказал, что кто-нибудь может дойти до удара, обозначенного на приборной панели символом «XXX». (Психиатры предполагали, что такую возможность допустит один из 1000.)

Однако когда участниками эксперимента Милгрэма были 40 мужчин — представители разных профессий в возрасте от 20 до 50 лет, — 26 из них (65%) дошли до 450 вольт. Впрочем, правильнее сказать, что все они подчинялись команде экспериментатора «Продолжать!» до тех пор, пока после двух ударов он сам не останавливал их.

Милгрэм, который рассчитывал получить результаты, свидетельствующие о преобладании неподчинения, и планировал повторить свои эксперименты в Германии, чтобы оценить роль культурных различий, был обескуражен (A. Milgram, 2000). И вместо того чтобы ехать в Германию, сделал протесты «ученика» еще более убедительными. Теперь в тот момент, когда «ученика» привязывали к креслу, «учитель» слышал и то, как он упоминал о своем «больном сердце», и реплику экспериментатора о том, что «хоть удары и могут быть болезненными, необратимых изменений в тканях они не вызывают». Сценарий протестов «ученика», свидетельствующих о его мучениях (см. «Проблема крупным планом. Последовательность протестов...»), не возымел никакого действия: из 40 мужчин, новых участников этого эксперимента, 25 (63%) полностью подчинились требованиям экспериментатора (рис. 6.3).

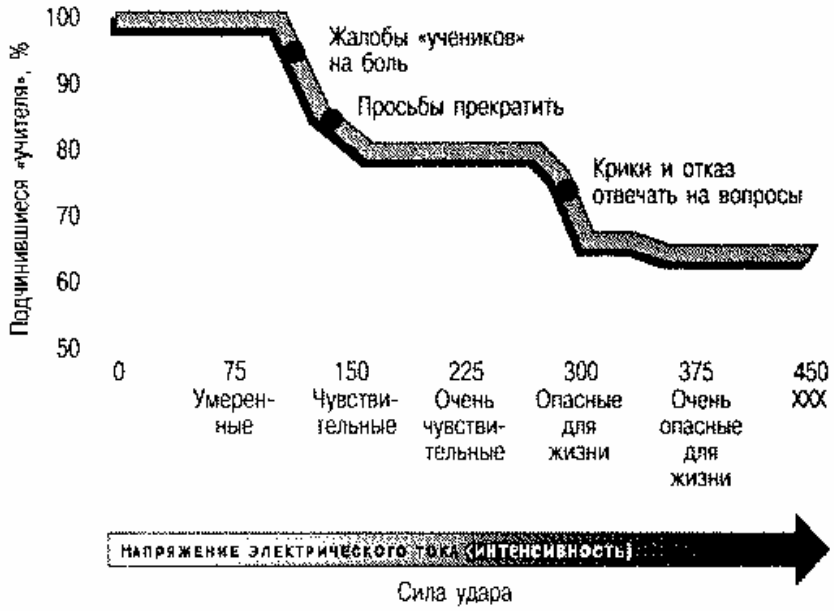


Рис. 6.3. Подчинение: эксперимент Милгрэма. Процент испытуемых, подчинившихся приказу экспериментатора, несмотря на протесты «ученика» и на его отказ и утрату физической возможности отвечать на вопросы. (*Источник*: Milgram, 1965)

Покорность испытуемых встревожила Милгрэма, а методика, которой он воспользовался, взволновала многих социальных психологов (Miller, 1986). Разумеется, «ученики» в опытах Милгрэма не получали никаких ударов током, а вставали с «электрического стула» и включали магнитофонную запись криков и протестов. Тем не менее некоторые критики Милгрэма утверждали, что он поступал с «учителями» точно так же, как те — с «учениками»: принуждал их действовать вопреки их желаниям. И это справедливо, потому что многие «учителя» переживали мучительные страдания: они потели, дрожали, заикались, кусали губы, стонали, а некоторые даже начинали истерически хохотать. Обозреватель газеты *New York Times* сетовал по поводу того, что жестокость, проявленная экспериментатором по отношению к ничего не подозревавшим испытуемым, «уступает лишь той жестокости, на которую он спровоцировал их самих» (Marcus, 1974). Критики Милгрэма не исключали и возможности изменения Я-концепций участников его экспериментов. Жена одного из испытуемых сказала Милгрэму: «Вы ничем не лучше Эйхманна» (Адольф Эйхманн — комендант одного из фашистских концлагерей). Телекомпания *CBS* посвятила результатам экспериментов Милгрэма и их обсуждению двухчасовую передачу, в которой роль Милгрэма сыграл Ульям Шатнер, исполнитель главной роли в фильме «Звездный путь» (*Star Trek*). «Мир зла столь ужасен, что ДО СЕГО времени никто не решался проникнуть в его секреты», — провозгласил «Телегид» (*TV Guide*), анонсируя ее.

{Послушный испытуемый в эксперименте, основанном на контакте «учителя» и «ученика», силой удерживает руку «ученика» на пластине, к которой подведен ток. Однако в большинстве случаев «учителя» были не столь жестоки, если жертвы находились рядом с ними}

Защищаясь, Милгрэм старался привлечь внимание к урокам, которые можно извлечь более чем из двух десятков проведенных им экспериментов с участием в общей сложности более 1000 человек, представлявших разные слои населения. Он также напомнил критикам о той поддержке, которую оказали ему испытуемые после того, как он признался им в обмане и объяснил, зачем он проводил эти эксперименты: 84% участников опроса, проведенного после окончания экспериментов, сказали, что были рады принять в них участие, и лишь 1% опрошенных выразили сожаление по этому поводу. Спустя год 40 человек из числа наиболее пострадавших были проинтервьюированы психиатром, который пришел к выводу о том, что, несмотря на пережитый ими временный стресс, участие в эксперименте не принесло им никакого вреда.

Считая «этическую противоречивость» чрезмерно преувеличенной, Милгрэм писал:

«Последствия для самооценки участников этих экспериментов сопоставимы с последствиями для самооценки студентов университета обычных экзаменов, которые они сдают с более низкой оценкой, чем та, которую им хотелось бы получить... Складывается такое впечатление, что [когда речь идет об

экзаменах] мы воспринимаем как должное и стресс, и напряжение, и их возможные последствия для самооценки. Но как же мало толерантности мы проявляем, когда речь идет о приобретении новых знаний!» (цит. по: Buss, 1996).

Что порождает подчинение?

Милгрэм не только определил предел, до которого люди готовы следовать приказу наделенного властью человека, но и изучил условия, порождающие покорность. В своих последующих экспериментах он, варьируя социальные условия, наблюдал различные реакции испытуемых — от полного отказа подчиниться до полного подчинения в 93 случаях из 100. Оказалось, что определяющими послушание являются следующие четыре фактора: эмоциональная удаленность жертвы, присутствие «носителя власти» и его легитимность, институциональность власти и раскрепощающее влияние тех, кто не подчинился.

Эмоциональная удаленность жертвы

Испытуемые Милгрэма менее всего сочувствовали «ученикам» тогда, когда не видели их сами и знали, что «ученики» их тоже не видят. Когда «ученики» находились в другом помещении и «учителя» не слышали их криков, последние практически во всех экспериментах безропотно доходили до конца. Из тех же «учителей», которые находились в одной комнате с «учениками», «только» 40% дошли до 450 вольт. Когда же от «учителей» потребовали силой удерживать руку «ученика» на пластине, к которой был подведен ток, количество полностью подчинившихся упало до 30%.

В повседневной жизни тоже легче проявить жестокость в отношении того, кто находится далеко или деперсонифицирован. Люди остаются безучастными даже к поистине ужасным трагедиям. Палачи нередко деперсонифицируют своих жертв, надевая им на головы мешки. Этика войны позволяет бомбить беззащитные деревни с высоты 40 000 футов, но осуждает расстрел столь же беззащитного жителя деревни. В бою с врагом, которого можно увидеть, многие воины или не стреляют вообще, или стреляют не целясь. Артиллеристы или летчики, наносящие удары по неприятелю с большего расстояния, гораздо реже не подчиняются приказу «Огонь!» (Padgett, 1989).

То, что люди больше сочувствуют тем, кого могут представить себе, — факт известный. Именно поэтому все плакаты, призывающие к запрету абортов, к помощи голодающим или к защите прав животных, снабжаются весьма выразительными фотографиями или описаниями. Возможно, еще большее воздействие оказывает полученное с помощью ультразвука изображение эмбриона. Беременные женщины, у которых была возможность увидеть такие изображения и рассмотреть все части тела будущего ребенка, были более решительно настроены на то, чтобы доносить и родить его (Lydon & Dunkel-Schetter, 1994).

Присутствие «носителя власти» и его легитимность

Подчинение экспериментатору зависит также и от его физического присутствия. Когда Милгрэм командовал «учителями» по телефону, количество случаев полного подчинения снизилось до 21% (хотя многие лгали и говорили, что подчиняются). Результаты других исследований позволяют говорить о том, что если отдающий приказ находится рядом, число подчиняющихся ему возрастает. Легкого прикосновения к руке достаточно, чтобы люди согласились дать в долг 10 центов, подписать какую-нибудь петицию или попробовать пиццу, приготовленную по новому рецепту (Kleinke, 1977; Smith et al., 1982; Willis & Hamm, 1980).

Однако власть должна восприниматься как легитимная. В одном из вариантов базового эксперимента Милгрэма подстроенный телефонный звонок «вынуждал» экспериментатора покинуть лабораторию. Перед уходом он говорил «учителю», что тот может продолжать, поскольку все автоматически записывается на видеопленку. После ухода экспериментатора другой испытуемый, исполнявший до этого роль клерка (на самом деле — помощник), решал, что должен взять бразды правления в свои руки и что за каждый неверный ответ сила удара должна увеличиваться на целое деление, о чем и сообщал «учителю». 80% «учителей» полностью отказались подчиниться ему.

«Клерк», возмущенный подобным неповиновением, садился возле «генератора тока» и пытался сам исполнять роль «учителя». Большинство непослушных «учителей» выражали свой протест: кто-то пытался отключить генератор, а один крупный и физически сильный «учитель», вытащив «клерка» из кресла, отшвырнул его в другой конец комнаты. Подобное открытое неповиновение нелегитимной власти резко контрастировало с уважительным и вежливым отношением к экспериментатору.

{Получив приказ, большинство солдат будут поджигать дома мирных жителей или убивать, т. е. демонстрировать именно такое поведение, которое при других обстоятельствах они сочли бы безнравственным}

Оно также контрастировало и с поведением больничных медсестер, которым (таковы были условия опыта) звонил незнакомый им доктор и приказывал ввести больному явно завышенную дозу лекарства (Hofling et al., 1966). Исследователи рассказали об эксперименте одной группе медсестер и студенток, обучающихся на медсестер, и спросили, как бы они отреагировали на подобную просьбу. Почти все ответили, что отказались бы выполнять такой приказ. Одна из медсестер сказала, что ответила бы примерно так: «Извините, сэр, но я не имею права делать никаких инъекций без письменного распоряжения, тем более если речь идет о таком превышении обычной дозировки и о препарате, с которым я незнакома. Я была бы рада выполнить вашу просьбу, но она противоречит больничным правилам и моим собственным этическим нормам». Тем не менее, когда 22 медсестры на самом деле получили такой телефонный приказ ввести завышенную дозу препарата, все, за исключением одной, немедленно согласились это сделать (к счастью, их успели перехватить по дороге к больным). Хотя не все медсестры так уступчивы (Krackow & Blass, 1995; Rank & Jacobson, 1977), именно эти действовали по привычной схеме: доктор (легитимная власть) приказывает — медсестра подчиняется.

Проблема крупным планом. *Персонификация жертв*

Невинные жертвы вызывают больше сочувствия, если они персонифицированы. В то самое время, когда в результате землетрясения в Иране, о котором все быстро забыли, погибли 3000 человек, в Италии умер случайно оказавшийся в высохшем колодце мальчик, и его оплакивал весь мир. Предполагаемая статистика ядерной войны настолько деперсонифицирована, что ее даже трудно воспринять. Именно поэтому профессор международного права Роджер Фишер предложил следующий способ персонификации жертв.

«Известно, что президента постоянно сопровождает молодой человек, как правило, морской офицер. Он повсюду носит за президентом так называемый “ядерный чемоданчик” — атташе-кейс, содержащий шифры, необходимые для приведения в действие ядерного оружия. Я живо представляю себе такую картину: президент в окружении генералитета обсуждает ядерную войну как отвлеченную, абстрактную проблему. Возможно, его заключительные слова прозвучат так: “В соответствии с планом SIOP №1 решение положительное. Передайте по линии Альфа XYZ”. Подобный жаргон делает то, что должно произойти вслед за этим, очень далеким, а потому и труднопредставимым.

Решение, которое я хочу предложить, очень простое: поместить этот необходимый код в маленькую капсулу и имплантировать ее в тело того, кто изъявит согласие, возле самого сердца. Этот доброволец будет повсюду сопровождать президента, имея при себе большой и тяжелый нож, такой, какими пользуются мясники. И если когда-нибудь президент решит начать ядерную войну, ему сначала придется собственноручно убить одно живое существо.

“Джордж, — скажет президент, — мне очень жаль, но десятки миллионов должны погибнуть”. И президенту придется посмотреть на него и осознать, что такое смерть, что такое смерть невинного человека. Кровь на ковре Белого Дома: это реальность, которая пришла и сюда.

Когда я рассказал об этом способе своим друзьям из Пентагона, они схватились за голову: “Боже милосердный! Какой ужас! Необходимость убить человека может связать президента по рукам и ногам! Вряд ли он вообще сможет нажать на кнопку”».

Роджер Фишер. Предотвращение ядерной войны (Preventing Nuclear War). Bulletin of the Atomic Scientists, March 1981, p. 11-17

<Представьте себе, что у вас есть возможность предотвратить наводнение в Пакистане, которое

способно унести 25 000 жизней, авиакатастрофу в аэропорту вашего города, в которой может погибнуть 250 человек, или автомобильную аварию, которая может стоить жизни вашему близкому другу. Каким будет ваш выбор?>

Подчинение легитимной власти проявилось также и в совершенно анекдотическом случае: больному с воспалением правого уха доктор прописал капли. В назначении он вместо слово «правое» (*right*) написал только первую букву (*R*), и фраза *place in right ear* (капать в правое ухо) превратилась в *place in R ear* и была прочитана медсестрой, как «капать в задний проход». Будучи послушной исполнительницей приказов лица, наделенного властью, она именно это и сделала: больной не возражал, ибо тоже оказался человеком, привыкшим подчиняться (Cohen & Davis, 1981, цитируется по: Cialdini, 1988).

Институциональность власти

Если престиж власти столь важен, возможно, именно престиж Йельского университета делал легитимными приказы, которые Милгрэм отдавал испытуемым. Во время интервью, которые проводились с ними после экспериментов, многие признавались: если бы не репутация Йельского университета, они ни за что не стали бы подчиняться. Чтобы проверить, насколько эти заявления соответствуют истине, Милгрэм перенес эксперименты в город Бриджпорт, штат Коннектикут. Расположившись в скромном офисном здании, он повесил вывеску «Исследовательская ассоциация Бриджпорта». Как вы думаете, сколько «учителей» полностью подчинились приказам, когда в новой обстановке те же самые исследователи провели эксперимент с «сердечным приступом»? Хотя их количество и уменьшилось, все равно их было очень много — 48%.

В реальной жизни происходит то же самое: авторитетные люди, за которыми стоят уважаемые организации, обладают социальной властью. В свое время Роберт Орнштейн рассказал следующий случай из практики своего друга-психиатра (Ornstein, 1991). Однажды его срочно вызвали в Калифорнию, в Сан-Матео, где один из его пациентов, Альфред, стоя на краю обрыва, грозился броситься вниз. Когда психиатру стало ясно, что больной глух к его доводам, ему осталось надеяться лишь на то, что полицейский, эксперт по кризисным ситуациям, приедет раньше, чем случится непоправимое.

Однако еще до прибытия эксперта на месте трагедии случайно оказался другой полицейский, который ничего не знал о происходящем. Вытащив мегафон и направив его в сторону собравшихся на обрыве людей, он прокричал: «Какой осел оставил свой “Понтиак-универсал” посреди дороги?! Я чуть не врезался в него! Кто хозяин?! Сейчас же отгоните его на обочину!» Услышав приказ, Альфред в ту же секунду отошел от края обрыва, перегнал свой «Понтиак» и безропотно сел в машину полицейского, который и повез его в ближайшую больницу.

Раскрепощающее влияние группы

Классические эксперименты Милгрэма демонстрируют негативные стороны конформизма. А может ли он быть конструктивным? Вы наверняка припомните ситуации, когда вполне оправданно злились на несправедливого педагога или на чье-либо оскорбительное поведение, но так и не рискнули возразить. Но стоит одному или двоим выразить свое отношение, как вы сразу же следуете их примеру. Милгрэм продемонстрировал этот раскрепощающий эффект конформизма, проведя эксперимент, в котором «учителю» помогали два помощника. Когда в ходе эксперимента они оба отказались подчиняться экспериментатору, тот велел настоящему испытуемому продолжать работу в одиночку. Он повиновался? Нет. Проявляя солидарность с непокорными помощниками, 90% «учителей» освободились от дальнейшего участия в эксперименте.

<Когда главнокомандующий говорит подполковнику, что он должен пойти в угол и встать на голову, подполковнику лучше не медлить.>

Обсуждение классических исследований

Обычная реакция на результаты, полученные Милгрэмом, — искать их аналоги в современной

истории. К ним относятся и действия нациста Адольфа Эйхманна, утверждавшего, что он «всего лишь исполнял приказы», и действия лейтенанта Уильяма Келли, который в 1968 г. командовал неспровоцированным убийством сотен жителей вьетнамской деревни Сонгми, и недавние «этнические чистки» в Ираке, Руанде, Боснии и в Косово. Солдаты приучены подчиняться приказам старших по званию. Вот отрывок из воспоминаний одного из участников бойни в Сонгми.

«[Лейтенант Келли] приказал мне открыть стрельбу. И я начал стрелять. Кажется, я выпустил в них обоймы четыре... Они молили о пощаде, приговаривая: «Нет, нет». Матери прижимали к себе детей и... Но мы продолжали стрелять. Они протягивали руки и умоляли нас...» (Wallace, 1969).

<В современной американской армии солдат учат не подчиняться безнравственным, противозаконным приказам.>

Безопасный, научный контекст экспериментов, в которых изучался конформизм, не имеет ничего общего с теми условиями, в которых ведутся военные действия. Эксперименты, проведенные для изучения подчинения, также отличаются от других экспериментов «по конформизму» и по силе социального давления: подчинение есть следствие очевидного приказа. Люди не совершали жестоких поступков, если их не принуждали к этому. Однако между экспериментами Аша и экспериментами Милгрэма есть и нечто общее. Они показывают, как уступчивость одерживает верх над нравственностью. Обоим экспериментаторам удалось заставить людей пойти против своей совести. Такие исследования не просто преподают нам академический урок, но и делают нас более чувствительными к тем моральным конфликтам, которые происходят в нашей собственной жизни. Кроме того, они иллюстрируют и подтверждают некоторые уже знакомые нам принципы социальной психологии: связь между поведением и установками, власть ситуации и устойчивость фундаментальной ошибки атрибуции.

Поведение и установки

В главе 4 мы отмечали, что если внешние обстоятельства оказываются сильнее внутренних убеждений, установки перестают определять поведение. Находясь один на один с экспериментатором, участники опытов Аша в подавляющем большинстве случаев давали правильные ответы. Однако ситуация менялась кардинально, когда они в одиночку противостояли группе. В опытах Милгрэма мощное социальное давление (приказы экспериментатора) оказывалось сильнее слабого влияния (просьб жертвы, которая находилась в другом помещении). Можно лишь удивляться тому, что, разрываясь между мольбой жертвы о пощаде и приказами экспериментатора, между нежеланием причинять вред и желанием быть «хорошим испытуемым», многие сделали выбор в пользу подчинения.

Почему испытуемые не смогли отказаться от дальнейшего участия в эксперименте? Как они оказались в ловушке? Представьте себя в роли «учителя» в такой версии эксперимента Милгрэма, которая никогда не была реализована: ученик допускает первую ошибку, и экспериментатор велит вам поставить переключатель напряжения на 330 вольт. Сделав это, вы слышите крики «ученика»: у него сердечный приступ, и он молит о пощаде. Вы станете продолжать?

Что стоит за классическим исследованием

Еще в бытность свою сотрудником Соломона Аша, я задумывался над тем, как усилить «гуманистическую направленность» экспериментального изучения конформизма. Сначала я спланировал эксперимент, аналогичный опытам Аша, но отличавшийся от них тем, что группа заставляет испытуемого наказывать электрическим током протестующую жертву. Однако при этом требовался и контрольный опыт, чтобы выяснить, удар какой силы будет нанесен в отсутствие группы. Кто-то, вероятно экспериментатор, должен будет инструктировать испытуемого, как он должен действовать. Но тут возникал новый вопрос: как далеко зайдет человек, которому приказано наносить подобные удары? По мере того как я размышлял над подобным экспериментом, акцент постепенно смещался на готовность людей подчиняться деструктивным приказам. Для меня это был волнующий момент: я понял и то, что этот простой вопрос важен в гуманистическом плане, и то, что на него может быть получен точный ответ.

Подобная экспериментальная методика дает научный ответ и на более общий вопрос о власти, вопрос, который волновал многих людей моего поколения вообще, а евреев вроде меня — особенно, в

связи с теми проявлениями жестокости, свидетелями которой мы стали во время Второй мировой войны. Влияние, оказанное на меня Холокостом, усилило мой интерес к подчинению приказам и сформировало конкретную методику его изучения.

Стэнли Милгрэм (1933-1984) (Сокращ. из оригинала Милгрэма (1977), написанного для этой книги; с разрешения А. Милгрэм)

Думаю, что нет. Сравнивая этот гипотетический опыт с тем, что испытывали участники экспериментов Милгрэма, вспомните феномен «нога-в-дверях» и характерное для него постепенное втягивание человека в какое-то действие (глава 4). Первое наказание — 15 вольт — было относительно мягким, и они не возражали. На это вы тоже, наверное, согласились бы. К тому времени, когда дело дошло до 75 вольт и до них донеслись первые стоны «ученика», они успели уже пять раз подчиниться. В ходе следующего опыта экспериментатор просил их наказать «ученика» немного «строже», чем они уже многократно наказывали. Прежде чем дойти до 330 вольт, «учителям» пришлось уступить требованию экспериментатора 22 раза, и их внутренний диссонанс уже несколько ослаб. А это значит, что в этот момент они находились в психологическом состоянии, отличном от психологического состояния испытуемого, начинающего эксперимент с этой точки. Как было сказано в главе 4, внешнее поведение и внутренняя диспозиция способны питать друг друга, и иногда эта «подпитка» идет по спирали. По словам Милгрэма, «многие испытуемые в результате своих действий против жертвы очень занижали оценку, которую давали ей. Постоянно приходилось слышать реплики вроде: «Так ему и надо! Нельзя быть таким тупым и упрямым!». Начав «наказывать» жертву, такие испытуемые считали необходимым рассматривать ее как человека, не достойного внимания; наказание его — следствие его собственного интеллектуального или нравственного несовершенства, а потому неизбежно» (Milgram, 1974, p. 10).

{**«Возможно, мой патриотизм был чрезмерным».** Эти слова принадлежат бывшему палачу Джеффри Бензину, который изображен на этих фотографиях. Он демонстрирует Южно-Африканской Комиссии правды и примирения технику «мокрого мешка». Такие мешки он надевал на головы своих жертв и снимал их только тогда, когда человек начинал задыхаться. Потом пытка повторялась снова и снова. Служба безопасности ЮАР, в течение длительного времени не признававшаяся в этом, прибегала к ней для того, чтобы заставить обвиняемого признаться, например, в том, где спрятано оружие. «Я делал ужасные вещи», — сказал Бензин и попросил прощения у своих жертв, хотя и уверял их в том, что «всего лишь выполнял приказы»}

В начале 1970-х гг. военная хунта, правившая в то время в Греции, использовала принцип «во-всем-виновата-жертва» при подготовке палачей (Haritos-Fatouros, 1988; Staub, 1989). Для этой цели в Греции, как и при подготовке офицеров СС в нацистской Германии, отбирали только тех, кто демонстрировал уважение к власти и подчинялся ей. Но одних этих склонностей было недостаточно для того, чтобы человек превратился в палача. Поэтому он сначала проходил тренировку в тюрьме в качестве охранника, а затем — последовательно — принимал участие в арестах, в избиениях заключенных, наблюдал за пытками и лишь после этого начинал пытать сам. Шаг за шагом послушный, но в остальном благопристойный человек превращался в орудие жестокости. Подчинение взрастило одобрение.

Социальный психолог из Университета штата Массачусетс Эрвин Штауб, переживший Холокост, прекрасно осведомлен о тех силах, которые способны превратить нормальных граждан в орудия смерти. Он изучал геноцид в разных странах, и результаты его исследований наглядно показывают, к чему может привести этот процесс (Staub, 1989, 1999). Слишком часто критика порождает презрение, которое «выдает лицензию» на жестокость; в свою очередь жестокость, когда ее оправдывают, сначала приводит к зверствам, затем к убийствам, а потом и к массовым убийствам. Возникающие установки и следуют за действиями, и оправдывают их. Нельзя остаться равнодушным к выводу, который делает Штауб: «Человеческие существа обладают способностью привыкать убивать себе подобных и не видеть в этом ничего из ряда вон выходящего» (Staub, 1989, p. 13).

<Людские деяния сильнее самих людей. Покажите мне человека, который, совершив деяние, не стал бы его жертвой и рабом. *Ральф Уолдо Эмерсон*, 1850>

Однако люди способны и на героические поступки. Во время Второй мировой войны 3500 евреев

и 1500 беженцев других национальностей, которым грозила отправка в Германию, нашли приют в деревне Ле Шамбо. Спрятавшие их жители деревни были преимущественно протестантами, потомками тех, кто подвергался гонениям и кого собственные наставники, пасторы, учили «сопротивляться всем попыткам супостатов требовать от нас подчинения тому, что противоречит заветам Господа нашего Иисуса Христа» (Rochat, 1993; Rochat & Modigliani, 1995). Получив приказ выдать евреев, пастор, возглавлявший местную церковную общину, ответил: «Для меня нет евреев, для меня есть только люди». Еще не зная, сколь ужасной будет война и как велики будут их страдания, люди, отказавшиеся повиноваться захватчикам, сделали первый шаг и затем — поддерживаемые собственной верой, теми, кому они верили, и друг другом — оставались непокоренными до конца войны. Не только в этом, но и во многих других случаях нацистская оккупация с самого начала наталкивалась на сопротивление. Первые шаги, свидетельствовавшие о подчинении или сопротивлении, формировали установки, которые оказывали влияние на поведение, а оно, в свою очередь, усиливало установки. Изначально оказанная помощь усиливает готовность оказывать помощь и дальше.

Власть ситуации

Наиболее важный урок главы 5 заключается в том, что культура — мощный фактор, формирующий нашу жизнь; а наиболее важный урок этой главы, демонстрирующей, что непосредственное влияние ситуации может быть не менее значимым, свидетельствует о силе социального контекста. Чтобы почувствовать это «на собственной шкуре», представьте себе, что будет, если вы нарушите не самые существенные социальные нормы: встанете во время лекции; начнете петь во все горло, сидя в ресторане; обращаясь к какому-нибудь уважаемому и немолодому профессору, назовете его по имени; придете играть в гольф в костюме; во время выступления пианиста начнете хрустеть печеньем или сбреете половину волос на голове. Чтобы понять, насколько сильны социальные ограничения, нужно попытаться их нарушить.

Некоторые ученики Милгрэма убедились в этом на собственном опыте, когда он и Джон Сабини (Milgram & Sabini, 1983) попросили их принять участие в изучении влияния нарушения простейшей социальной нормы: им нужно было обратиться к пассажирам нью-йоркского метро с просьбой уступить им место. К их удивлению, 56% из тех, к кому они обратились с этой просьбой, сразу же встали, не выслушав даже объяснения. Не менее интересной была и реакция самих студентов на собственные просьбы: большинству было очень трудно сформулировать их. Нередко слова застревали у них в горле, и они «отступали». Те же, кому все-таки удавалось «выдавить из себя» просьбу, сев на место, пытались объяснить свое поведение, противоречащее нормам, плохим самочувствием. Такова сила неписаных правил, управляющих нашим поведением на людях.

Побуждающие слова точно так же застревали в горле у студентов Университета штата Пенсильвания, принявших участие в одном из недавно проведенных исследований. Суть эксперимента заключалась в следующем: несколько студентов должны были представить себе, что обсуждают с тремя другими участниками эксперимента, в каком составе группа имеет больше шансов выжить на необитаемом острове. Их также попросили представить себе, что один из этих троих, мужчина, во время обсуждения бросил три сексистские реплики примерно такого содержания: «Чтобы все мужчины были удовлетворены, на острове должно быть как можно больше женщин». Какой будет их реакция? Только 5% сказали, что либо проигнорируют все его замечания, либо посмотрят, как отреагируют остальные. Однако когда Жанет Свим и Лори Хайерс вовлекли в аналогичную дискуссию других студентов и подобные реплики действительно прозвучали из уст участника-помощника, промолчали не 5%, а 55% участников (Swim & Hyers, 1999). Так еще раз была продемонстрирована сила нормативного давления и то, насколько трудно прогнозировать поведение, даже свое собственное.

<Несмотря на ту мучительную боль, которую причиняет история, изменить ее невозможно, а если воспринимать ее мужественно, то и не нужно будет переживать ее еще раз. *Майя Ангелоу*, из стихотворения, прочитанного на инаугурации президента Билла Клинтона 20 января 1993 г.>

Эксперименты Милгрэма отчасти отвечают и на вопрос о том, как возникает зло. От нескольких гнилых яблок может погибнуть весь урожай; точно так же и для возникновения зла порой требуется совсем немного. Такой образ зла создают потерявшие человеческий облик убийцы из детективных романов и фильмов ужасов. В реальной же жизни зло ассоциируется у нас с уничтожением евреев

Гитлером, русских — Сталиным, камбоджийцев — Пол Потом. Но зло нередко бывает и следствием социальных сил. Их роль в возникновении зла аналогична роли жары, влажности и какой-нибудь специфической болезни, из-за которых может сгнить целая бочка яблок. Как следует из экспериментов, ситуации могут заставить самых обычных людей согласиться с неправдой или капитулировать перед жестокостью.

{Даже в индивидуалистической культуре лишь немногие имеют желание бунтовать против элементарных правил общежития так, как Эндрю Мартинес — «обнаженный парень» из Университета Беркли (штат Калифорния). После того как он появился на занятиях и побегал по кампусу в чем мать родила, ему все же временно пришлось приодеться: фотограф запечатлел его по дороге в суд}

Это особенно справедливо, когда, как это бывает в сложно организованных сообществах, ужасное зло вырастает из незначительных злодеяний. Джон Дарли заметил:

«Воистину... выявить, кто сотворил зло, непросто (как в случае с компанией *Ford*, которая, зная, что к бензобаку автомобилей *Pinto* есть претензии, все-таки выпустила их на рынок); оно может казаться «детищем» некой безликой организации, не отмеченным ничьей личной «печатью»... Когда же начинается расследование какого-либо злодеяния, обычно оказывается, что за ним стоят не исчадия ада, строящие дьявольские планы, а самые обычные люди, которые совершили его потому, что оказались захваченными сложными социальными силами» (Darley, 1996).

Гражданские служащие удивили нацистских лидеров своей готовностью заниматься канцелярской работой, связанной с планами Гитлера по уничтожению евреев. Разумеется, никто из них собственноручно не убивал евреев; они всего лишь готовили бумаги (Silver & Geller, 1978). Совершение зла облегчается, если делить его на маленькие порции. Чтобы изучить подобное дробление зла, Милгрэм привлек к косвенному участию в своих экспериментах еще 40 мужчин: они не включали генератор тока, а только проводили тестирование «учеников» на обучаемость. Из 40 человек 37 полностью подчинились экспериментатору.

<Агрессивность экспериментов Милгрэма на самом деле — ценная атака на присущие всем нам желание отрицать и равнодушие. Какой бы огорчительной ни была для нас правда, мы должны наконец взглянуть ей в глаза, а она заключается в том, что многие из нас способны оказаться в числе тех, кто вершит геноцид, или их помощников. *Израиль У. Чарни*, исполнительный директор международной конференции по Холокосту и геноциду, 1982>

То же самое происходит и в нашей повседневной жизни: дрейф в сторону зла обычно происходит незаметно, при полном отсутствии сознательного намерения совершать его. Если человек откладывает со дня на день какое-либо дело, он тем самым медленно приближается к непреднамеренному причинению зла самому себе (Sabini & Silver, 1982). Студент за много недель узнает о последнем сроке представления курсовой работы. Само по себе каждое отвлечение от нее (сегодня — видеоигра, завтра — телепередача) представляется вполне невинным. Однако при этом студент постепенно приближается к тому, что работа не будет выполнена в срок, хотя ничего подобного у него и в мыслях не было.

Фундаментальная ошибка атрибуции

Почему результаты этих классических исследований так часто вызывают тревогу? Не потому ли, что мы ждем от людей поступков, соответствующих их диспозициям? Ведь мы же не удивляемся, когда грубиян ведет себя неприлично, но от воспитанных людей мы не ждем ничего подобного. Злые люди совершают плохие поступки, а добрые — хорошие.

Когда вы читали об экспериментах Милгрэма, какое впечатление об испытуемых у вас сложилось? Большинство характеризует их отрицательно. Говоря об одном или о двух покорных испытуемых, люди даже тогда называют их агрессивными, бесчувственными и нечуткими, когда им известно, что они вели себя точно так же, как и все остальные (Miller et al., 1973). Мы исходим из того, что жестокие поступки есть проявление бездушия.

Гюнтер Бирбрауэр попытался исключить эту недооценку социальных сил (фундаментальную ошибку атрибуции) (Bierbrauer, 1979). В проведенных им экспериментах студенты либо наблюдали за воспроизведенными опытами Милгрэма, либо сами исполняли в них роль покорного «учителя», И все же они предположили, что при повторении экспериментов Милгрэма их друзья будут минимально

уступчивы. Вывод, сделанный Бирбрауэром, заключается в следующем: хотя у социологов накопилось немало свидетельств в пользу того, что наше поведение есть продукт социальной истории и среды, в которой мы находимся в данный момент, большинство продолжают верить, что поступки людей отражают их личностные качества: только добрые люди способны на добрые дела и только злодеи творят зло.

Соблазнительно считать Эйхманна и комендантов Освенцима нецивилизованными монстрами. Однако после тяжелого трудового дня они отдыхали, слушая Бетховена и Шуберта. Из 14 участников Ванзейской конференции, состоявшейся в январе 1942 г. и принявшей окончательное решение о Холокосте, 8 имели докторские звания, присвоенные им разными европейскими университетами (Patterson, 1996). Как и большинство нацистских функционеров, сам Эйхманн был неотличим от заурядного обывателя, имеющего обычную профессию (Ardent, 1963; Zillmer et al., 1995).

Или взять хотя бы тех карателей, на совести которых 40 000 расстрелянных ими польских евреев, в основном стариков, женщин и детей. Большинство из них были убиты выстрелами в затылок, и страшная подробность этой казни — разлетающиеся во все стороны мозги. Кристофер Браунинг описывает убийц как вполне «нормальных» мужчин (Browning, 1992). Как и большинство палачей еврейских гетто в разных странах Европы и комендантов концлагерей, они не были ни нацистами, ни членами СС, ни фанатичными расистами. Это были рабочие, торговцы, клерки и ремесленники, отцы семейств, слишком старые для службы в действующей армии, но неспособные отказаться исполнять приказ, даже если это приказ убивать.

<У Эйхманна не было ненависти к евреям, а не иметь никаких чувств — еще хуже. Те, кто превращает Эйхманна в чудовище, делают его менее опасным, чем он был на самом деле. Убив чудовище, можно успокоиться и отправиться спать, потому что на свете их не так уж много. Но если Эйхманн — это норма, тогда ситуация намного опаснее. *Ханна Арендт*, Эйхманн в Иерусалиме, 1963>

Вывод, сделанный самим Милгрэмом, не дает оснований для того, чтобы объяснить Холокост какими-то особенностями характера, присущими немцам. «Самый важный урок, который можно извлечь из наших исследований, — писал он, — заключается в том, что самые обычные люди, всего лишь выполняющие свою работу и не наделенные какой-то особой злокозненностью, могут стать орудием в ужасающе деструктивном процессе» (Milgram, 1974, p. 6). Как часто напоминает своим маленьким телезрителям мистер Роджерс, «и хорошие люди иногда совершают дурные поступки». А раз так, то нам, возможно, стоит повнимательней присматриваться к политикам, безупречные манеры которых очаровывают и убаюкивают нас настолько, что начинает казаться, будто они вообще не способны причинить зло кому-либо. Даже хорошие люди поддаются порой дурному влиянию. А это значит, что самые обычные солдаты подчинятся приказу стрелять в безоружных мирных граждан, обычные работники — приказу выпускать и продавать некачественную продукцию, а обыкновенные члены какой-либо группы не откажутся от участия в грубом подшучивании над новичками.

Резюме

Конформизм — изменение поведения или убеждений индивида в результате давления группы — проявляется в форме уступчивости и в форме одобрения. Уступчивость — это внешнее следование требованиям группы при внутреннем неприятии их. Одобрение — это сочетание поведения, соответствующего социальному давлению, и внутреннего согласия с требованиями последнего.

О том, как психологи изучали конформизм и насколько конформными могут быть люди, мы узнаем из ставших ныне классическими исследований Шерифа, Аша и Милгрэма. Музафер Шериф изучал влияние суждений окружающих на мнение испытуемых о том, насколько «сместилась» якобы движущаяся светящаяся точка. В ходе экспериментов формировались нормативные «правильные» ответы, которые сохранялись в течение длительного времени и переходили от одного «поколения» испытуемых к другому. Подобная внушаемость в условиях лабораторного эксперимента соответствует внушаемости, наблюдаемой в реальной жизни.

Насколько неоднозначным было задание, которое выполняли испытуемые в экспериментах Шерифа, настолько четким — задание Соломона Аша. Его испытуемые сначала слушали ответы других испытуемых на вопрос о том, какой из трех отрезков прямой равен по длине стандартному отрезку, и затем сами отвечали на него. Испытуемые, отвечавшие после тех, кто единодушно дали неверный ответ,

в 37% случаев соглашались с ними.

<Перед моими глазами прошло не менее тысячи человек, и на основании своих наблюдений за ними я могу сказать следующее: если бы в США были созданы такие же концлагеря, как те, что существовали в нацистской Германии, в любом американском городе средней величины нашлось бы достаточно людей для работы в них. *Стэнли Милгрэм*, Из выступления в программе «Шестьдесят минут» на канале CBS, 1979>

В отличие от экспериментов Шерифа, которые выявили условия, благоприятствующие одобрению, эксперименты Милгрэма — это изучение уступчивости в ее экстремальной форме. При оптимальных условиях, т. е. тогда, когда отдающий приказы человек олицетворяет легитимную власть и находится рядом, когда жертва где-то далеко, а не у тебя перед глазами, а рядом нет никого, кто мог бы показать пример неповиновения, 65% испытуемых, взрослых мужчин, полностью подчинились приказу «наказать» ударами электрического тока невинную и протестующую жертву, находившуюся в соседней комнате.

Эти классические эксперименты свидетельствуют о могуществе социальных сил и о той легкости, с которой уступчивость приводит к согласию. Зло — это не просто дело рук плохих людей, живущих в добродетельном мире, но также и следствие властных обстоятельств, заставляющих людей проявлять конформность по отношению к ложным истинам или капитулировать перед жестокостью.

Отвечая на некоторые вопросы, классические исследования конформизма одновременно поднимают и другие.

— Иногда люди конформны, иногда нет. Когда проявляется конформизм?

— Почему проявляется конформизм? Почему люди не игнорируют мнение группы и «не идут своим путем»?

— Существует ли тип людей, наиболее предрасположенных к конформизму?

Давайте последовательно рассмотрим эти вопросы и попытаемся ответить на них.

Когда проявляется конформизм?

Некоторые ситуации приводят к большему конформизму, чем другие. Какие условия нужно создать, чтобы добиться максимальной конформности?

Социальных психологов заинтересовал следующий вопрос: если даже в экспериментах Аша, когда отсутствовало принуждение, а задание было четко сформулировано, конформизм был проявлен испытуемыми в 37% случаев, могут ли другие экспериментальные условия привести к еще более высоким показателям? Вскоре исследователи доказали, что конформность действительно возрастает, если испытуемые ощущают свою некомпетентность или если от них ждут какого-то непростого суждения. Чем больше мы сомневаемся в правильности собственных суждений, тем больше поддаемся влиянию окружающих.

Особенности группы тоже имеют значение. Уровень конформизма максимален, если в состав группы входят не менее трех человек, если она сплочённа, единодушна и обладает высоким статусом. Он также максимален и в тех случаях, когда ответ приходится давать публично без каких бы то ни было предварительных обязательств.

Численный состав группы

В лабораторных условиях группе не обязательно быть многочисленной, чтобы эффект проявился в полной мере. Аш и другие исследователи доказали, что 3-5 человек могут вызвать значительное усиление конформизма, чем 1 или 2. Но увеличение численности группы сверх 5 человек приводит к снижению уровня конформизма (Gerard et al., 1968; Rosenberg, 1961). В нолевых экспериментах, которые проводили Милграм и его коллеги, испытуемые — группы численностью 1, 2, 3, 5, 10 и 15 человек — останавливались на оживленной нью-йоркской улице и, задрав головы, принимались смотреть вверх (Milgram, Bickman & Berkowitz, 1969). Как следует из рис. 6.4, число присоединившихся к ним прохожих возрастало пропорционально, пока группа не увеличивалась до 5 человек.

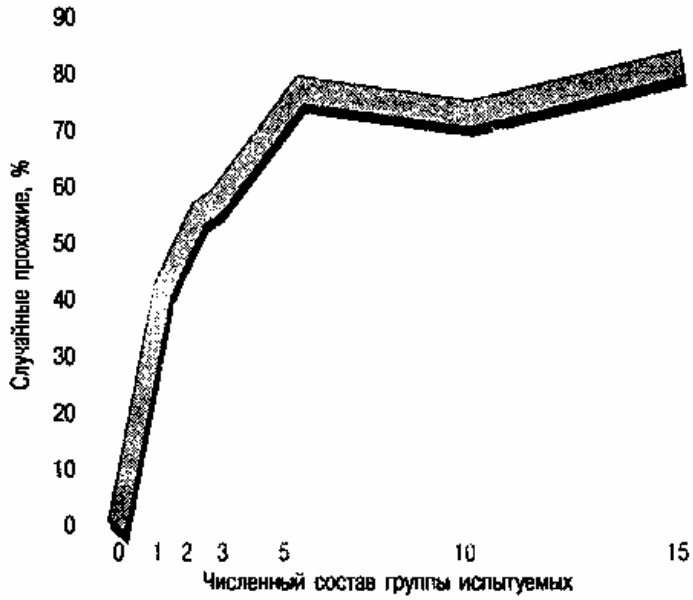


Рис. 6.4. Численный состав группы и конформизм. При увеличении численности группы от 1 до 5 человек число прохожих, которые останавливались возле испытуемых и, подражая им, тоже начинали смотреть вверх, возрастало пропорционально. (*Источник*: Milgram, Bickman & Berkowitz, 1969)

Разбивка на группы также имеет значение. Дэвид Уайлдер, психолог из Университета Ратджерса (штат Нью-Джерси), предложил своим студентам на рассмотрение случай из судебной практики (Wilder, 1977). Прежде чем высказать свое мнение, студенты посмотрели видеозапись мнений четырех помощников. Если помощники выступали как две независимые группы по 2 человека, степень конформизма студентов была выше, чем если они высказывали свое суждение как единая группа из 4 человек. Точно так же две группы из 3 человек провоцировали б*о*льшую конформность, чем одна группа из 6, а три группы по 2 человека — еще б*о*льшую. Очевидно, позиция, которую разделяют несколько немногочисленных групп, пользуется наибольшим доверием.

Единодушие членов группы

Представьте себе, что вы участвуете в эксперименте по конформизму, все участники которого, отвечавшие до вас, за исключением одного, дали неверный ответ. Окажет ли пример этого помощника-нонконформиста такое же раскрепощающее воздействие на испытуемых, какое наблюдалось в экспериментах Милгрэма но подчинению? Результаты ряда экспериментов свидетельствуют о том, что человек, разрушающий единодушие группы, одновременно подрывает и ее социальное влияние (Allen et al., 1955; Morris & Miller, 1975). Как показано на рис. 6.5, если хотя бы один человек рискует высказать собственное мнение, испытуемые едва ли не всегда «озвучивают» свое. Участники подобных экспериментов нередко потом говорят, что испытывали к своему союзнику-нонконформисту теплые и дружеские чувства, однако отрицают его влияние: «Даже если бы его не было, я все равно сказал бы то же самое».

Рис. 6.5. Влияние единодушия группы на конформизм. Когда кто-либо, давая правильный ответ, разрушает единодушие группы, количество конформистов среди испытуемых уменьшается в 4 раза. (*Источник*: Asch, 1955)

<Сила и успех моего мнения, моего убеждения крепнут бесконечно в то мгновение, когда их признает другой разум. *Новалис*. Фрагмент>

Трудно быть «белой вороной». Наверное, именно поэтому случаи, когда жюри присяжных не может вынести вердикт, потому что кто-то один имеет «особое мнение», крайне редки. Практический урок, который мы можем извлечь из этих экспериментов, заключается в том, что значительно легче отстаивать свою точку зрения, если можно найти себе союзника. Это известно многим религиозным группам. Следуя примеру Христа, апостолы которого парами проповедали его учение, мормоны всегда посылают к своим соседям одновременно двух миссионеров. Поддержка даже одного единомышленника значительно увеличивает социальную храбрость человека.

Наблюдая за тем, как кто-то выражает отличное от других мнение, мы сами можем стать более независимыми, даже если этот человек и заблуждается. Шантан Немет и Синтия Чайлз пришли к такому выводу после того, как испытуемые наблюдали за человеком, единственным из группы, в которой было 4 человека, назвавшим голубые стимулы зелеными (Nemeth & Chiles, 1988). Хотя этот человек, выразивший не совпадающее с другими мнение, и был не прав, наблюдавшие за ним испытуемые продемонстрировали независимость по-своему: в 76 случаях из 100 они правильно называли красные стимулы «красными», хотя остальные называли их «оранжевыми». Другие же испытуемые, у которых не было такого примера храбрости, проявили конформизм в 70% случаев.

Сплоченность группы

Мнение меньшинства, находящегося вне той группы, с которой мы себя идентифицируем, например студентов другого колледжа или представителей другой религиозной конфессии, влияет на нас меньше, чем влияние такого же меньшинства из нашей собственной группы (Clark & Maass, 1988). Защита прав гомосексуалистов окажет более заметное влияние на мнение гетеросексуалов, если будет исходить от членов их собственной группы, а не от гомосексуалистов. Чем сильнее **сплоченность** членов группы, тем сильнее группа влияет на них. Например, у членов университетских женских клубов нередко складываются общие вкусы — и при посещениях столовой, и на вечеринках, — и чем ближе подруги, тем больше сходства в их вкусах (Crandall, 1988). Этническая группа нередко довлеет над своими членами, вынуждая их разговаривать, вести себя и одеваться так, как принято «у нас». Афроамериканцы, которые ведут себя как белые, и белые, подражающие афроамериканцам, вызывают насмешки своих товарищей (Contrada et al., 2000).

{**Трудно выступать одному против всех.** Но иногда именно такое поведение превращает человека в героя, как было с одним из присяжных, героем классического фильма «12 разгневанных мужчин», роль которого исполнил Генри Фонда}

Эксперименты также свидетельствуют о том, что члены группы, чувствующие привязанность к ней, легче поддаются ее влиянию (Berkowitz, 1954; Lott & Lott, 1961; Sacurai, 1975). Такие люди не

любят разногласий с другими членами своей группы. Боясь быть отвергнутыми теми, кого они любят, они предоставляют им определенную власть. В своем труде «Опыт о человеческом разуме» (*Essay Concerning Human Understanding*) Джон Локк, философ, живший в XVII в., так описывал фактор сплоченности: «Из десяти тысяч человек не найти ни одного, который был бы настолько равнодушным и бесчувственным, чтобы сносить постоянные неприязнь и порицание своего окружения».

Статус

Нетрудно догадаться, что чем выше социальный статус человека, тем более заметно его влияние (Driskell & Mullen, 1990). Иногда люди намеренно стараются не солидаризироваться с теми, чей социальный статус невысок, или с теми, кто принадлежит к маргинальным группам. К такому выводу пришли Жанет Свим, Мелисса Фергюсон и Лори Хайерс, когда в экспериментах, аналогичных экспериментам Аша по изучению конформизма, под № 5 и последними на вопросы отвечали женщины с традиционной сексуальной ориентацией (Swim, Ferguson & Hyers, 1999). Когда экспериментатор всем задавал вопрос: «Где бы вы хотели провести романтический вечер с лицом противоположного пола?», испытуемая № 4 иногда отвечала: «Романтический вечер с мужчиной мне не грозит, потому что я лесбиянка». После этого те испытуемые, которые должны были отвечать после нее, старались не повторять ее ответов и в том случае, когда задавали такой вопрос: «Считаете ли вы, что дискриминация женщин действительно имеет место?»

<Если вы переживаете, что опоздали на ушедший корабль, вспомните «Титаник». *Неизвестный автор*>

Изучение нарушений правил уличного движения, проведенное при участии 24 000 ничего не подозревавших пешеходов, показало, что количество нарушений, обычно составляющее 25%, уменьшается до 17% в присутствии дисциплинированного человека (роль которого исполнял помощник экспериментатора) и возрастает до 44% в присутствии нарушителя (Mullen et al., 1990). Наибольшее дисциплинирующее влияние оказывает тот, кто не только соблюдает правила, но и хорошо одет. Похоже, что в Австралии тоже «встречают по одежке». Майкл Уолкер, Сьюзн Гарриман и Стюарт Костелло убедились в том, в Сиднее пешеходы охотнее останавливаются и беседуют с интервьюерами, проводящими опросы общественного мнения, если те хорошо одеты (Walker, Harriman & Costello, 1980).

{**«По одежке встречают».** Внешность, свидетельствующая о высоком социальном статусе человека, усиливает его влияние на окружающих}

По данным Милгрэма, в его экспериментах испытуемые с высоким социальным статусом менее охотно подчинялись приказам экспериментатора, чем люди с невысоким статусом (Milgram, 1974). Нанеся жертве удар током напряжением 450 вольт, 37-летний сварщик повернулся к экспериментатору и почтительно спросил: «Что дальше, профессор?» (p. 46). Другой испытуемый, профессор-богослов, отказавшийся повиноваться экспериментатору, когда напряжение достигло 150 вольт, сказал: «Мне непонятно, как эксперимент может быть важнее человеческой жизни», после чего замучил экспериментатора вопросами о том, «этично ли то, что происходит».

Публичный ответ

Вопрос о том, при каких условиях — отвечая на вопросы экспериментатора публично или неофициально — испытуемые проявят большую склонность к конформизму, был одним из первых, который заинтересовал исследователей. Возможно ли, что они проявят большую нерешительность частным образом, но не захотят признаться в этом публично, чтобы их не сочли «флюгерами»? Сейчас ответ на этот вопрос уже ясен: в экспериментальных условиях люди проявляют бо́льший конформизм тогда, когда должны отвечать публично, в присутствии других испытуемых, чем когда отвечают на вопросы письменно. Если у испытуемых в экспериментах Аша после того, как они прослушали ответы других, была возможность отвечать письменно и они знали, что кроме экспериментатора, никто эти ответы не прочтет, давление группы меньше отражалось на них. Значительно легче защищать свое мнение в тишине кабины для голосования, чем перед какой бы то ни было группой.

Отсутствие предварительных заявлений

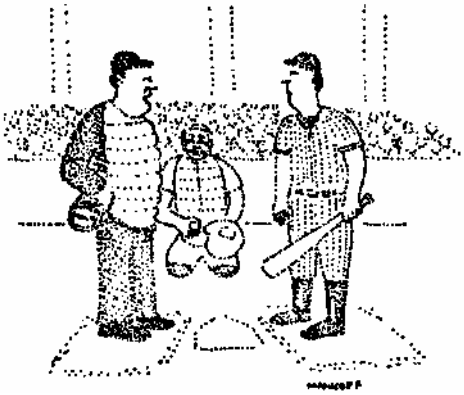
В 1980 г. на скачках «Кентукки-дерби» кобыла по кличке Подлинная Опасность пришла к финишу второй. На следующих скачках «Прикнесс» [Скачки «Прикнесс» — ежегодные скачки трехлеток, проходят на ипподроме «Пимлико» в г. Балтиморе (Мэриленд). — *Примеч. перев.*] она успешно преодолела последний поворот и догнала лидера, жеребца по кличке Кодекс. Когда они ноздря в ноздрю выходили из поворота, Кодекс приблизился к Подлинной Опасности, и та, растерявшись, уступила ему победу. Задел Кодекс Подлинную Опасность? Что, если его жокей даже ударил ее по морде хлыстом? После непродолжительного совещания судьи пришли к выводу, что никаких нарушений не было, и объявили Кодекса победителем. Это решение возмутило болельщиков. В телевизионном повторе было отчетливо видно, что Кодекс действительно задел Подлинную Опасность, недотрогу и любимицу зрителей. Был заявлен протест. Судьи снова собрались на совещание, но первоначальное решение осталось без изменения.

{**Коснулся ли Кодекс Подлинной Опасности?** После того как судьи публично объявили о своем решении, даже неопровержимые доказательства их неправоты не смогли заставить их изменить его}

Повлияло ли на судей решение, о котором они объявили сразу после скачек? Помешало ли оно им пересмотреть его в дальнейшем? Ответа на этот вопрос мы никогда не получим. Однако мы можем инсценировать подобное событие в лабораторных условиях, как с предварительным заявлением своей позиции, так и без него, и посмотреть, оказывает ли влияние предварительно сделанное заявление или нет. Я снова прошу вас представить себя в качестве участника эксперимента Аша. Экспериментатор предъявляет карточки, на которых представлены отрезки прямой линии, и просит вас отвечать первым. После того как вы сами ответили и выслушали ответы остальных испытуемых, отличающиеся от вашего, экспериментатор предлагает вам еще раз «хорошенько подумать». Вы откажетесь от своего первоначального мнения, если будете чувствовать давление группы?

<Люди, которые никогда не отказываются от своего мнения, любят себя больше, чем истину. *Жубер*, Размышления>

Практически никто этого не делает (Deutsch & Gerard, 1955): как правило, люди не отказываются от своего публично высказанного мнения. Самое большее, на что они могут пойти, — это изменить его по прошествии какого-то времени (Saltzstein & Sandberg, 1979). Следовательно, можно предположить, в частности, что судья, выставив оценку участнику соревнований по прыжкам в воду или по гимнастике и увидев затем оценки других арбитров, отличные от своей, скорее всего не изменит ее, но во время следующих соревнований может принять во внимание этот эпизод.



(— Хорошо! Будь по-твоему! Будем считать, что это был удар мячом.)

Предварительное заявление. Люди, публично обозначившие свою позицию, редко уступают социальному давлению. Спортивные судьи и рефери, которые дорожат собственной репутацией, редко отказываются от своих первоначальных суждений

Кроме того, человека, публично высказавшего свое суждение, труднее переубедить. В экспериментах, имитирующих работу жюри присяжных, вероятность принятия первоначально обсуждавшегося приговора выше тогда, когда присяжные голосуют за него поднятием руки, а не тайно

(Kerr & MacCoun, 1985). Человек, который довел свое мнение до сведения окружающих, не решается отказаться от него. Тем, кому по роду их деятельности часто приходится убеждать людей в чем-либо, это прекрасно известно. Продавцы задают вопросы, которые скорее подталкивают нас к решению «в пользу» того товара, который они предлагают, чем против него. «Зеленые» спрашивают у людей, как они относятся к переработке отходов, к экономии энергии и к общественному транспорту, и приходят к выводу, что подобные опросы оказывают более существенное влияние на поведение, чем призывы беречь природу, не требующие от тех, к кому они адресованы, никакой личной реакции (Katzev & Wang, 1994). Религиозные проповедники призывают свою паству: «Встаньте со своих мест», — ибо им известно, что люди, публично связавшие себя с новой верой, будут более ревностно придерживаться ее.

Резюме

Экспериментальное изучение конформизма позволило ученым выявить условия, при которых он проявляется, включая и особо благоприятствующие ему обстоятельства. Так, конформизм зависит от особенностей группы: в наибольшей мере он проявляется в присутствии трех или более человек, единодушных в своих суждениях и имеющих высокий социальный статус. Аналогичное влияние на конформизм оказывает и необходимость давать ответы публично (в присутствии группы), а также в тех случаях, когда человек еще не успел предать огласке свое мнение.

Почему проявляется конформизм?

Гамлет: Вы видите вон то облако, почти что вроде верблюда?
Полоний: Ей-богу, оно действительно похоже на верблюда.
Гамлет: По-моему, оно похоже на ласточку.
Полоний: У него спина, как у ласточки.
Гамлет: Или как у кита?
Полоний: Совсем как у кита.
В. Шекспир. Гамлет (пер. М. Лозинского)
Вопрос: Почему Полоний с такой готовностью поддакивает принцу Датскому?

Вспоминаю, как я, американец, надолго приехавший в Германию, впервые оказался на лекции в университете. Когда лектор произнес заключительную фразу, я поднял руки и приготовился аплодировать вместе с остальными слушателями. Но вместо того чтобы устроить овацию, все принялись стучать по столам костяшками пальцев. Что это значит? Им что, не понравилась лекция? Неужели кто-нибудь рискнул на подобную грубость по отношению к знаменитому иностранцу? Да и на лицах слушателей было написано отнюдь не неудовольствие. Решив, что это не что иное, как «немецкий вариант аплодисментов», я последовал примеру окружавших меня людей.

Что подтолкнуло меня к конформизму? Почему я не стал аплодировать, пусть бы все остальные стучали? Возможны две причины. Человек может подчиниться группе, чтобы: а) быть принятым ею и избежать участи отверженного; б) получить важную информацию. Мортон Дойч и Харольд Джерард назвали эти причины соответственно **нормативным влиянием** и **информационным влиянием**.

Нормативное влияние «ответственно» за то, что человек предпочитает «идти в ногу с толпой», чтобы не быть отвергнутым ею. Возможно, Полоний добивался благосклонности Гамлета. И в лабораторных условиях, и в реальной жизни группы нередко отвергают тех, кто постоянно «идет не в ногу» (Miller & Anderson, 1979; Scachter, 1951). С вами никогда не происходило ничего подобного? Социальная отверженность — вещь болезненная, и большинству из нас это известно: за отклонение от групповых норм нередко приходится дорого платить. Джерард вспоминает, как в одном из его экспериментов по конформизму испытуемый, изначально настроенный вполне дружелюбно, попросил разрешения выйти из комнаты, а когда он вернулся,

«у него был совершенно больной вид, и было заметно, что его трясет. Я встревожился и предложил прервать эксперимент. Он категорически отверг это предложение и, приняв участие во всех 36 опытах, ни разу не согласился с остальными. Когда я, по завершении эксперимента, объяснил ему суть и причину обмана, на который был вынужден пойти, он пришел в себя и вздохнул с облегчением, а

на лице снова появился румянец. Тогда-то я и спросил его, почему он выходил из комнаты. «Меня тошнило», — ответил он. Он не пошел на поводу у группы, но чего это ему стоило! Он очень хотел, чтобы остальные полюбили и приняли его, но боялся, что этого не произойдет, потому что он все время противоречил им, отстаивая свою точку зрения. Перед вами пример того, как «работает» нормативное давление и как оно мстит за неподчинение» (Gerard, 1999).

Нередко высокая цена, которую приходится платить за отступничество, заставляет людей поддерживать то, во что они не верят, или, по крайней мере, скрывать свое несогласие.

Многие солдаты приняли участие в расправе над жителями деревни Сонгми, ибо боялись, что за отказ подчиниться приказу им придется предстать перед военным трибуналом. Нормативное влияние обычно ведет к подчинению. Сказанное в первую очередь относится к тем, кто недавно имел возможность видеть, как были осмеяны другие, и к тем, кто стремится к восхождению по социальной лестнице (Hollander, 1958; Janes & Olson, 2000). Джон Кеннеди вспоминал, что, когда он стал конгрессменом, ему сказали: «Чтобы преуспевать, надо уметь соглашаться с другими» (Kennedy, 1956, p. 4).

Информационное влияние также приводит к согласию. Когда реальность неоднозначна, как, например, в экспериментах Шерифа, основанных на автокинетическом движении, окружающие могут стать ценным источником информации. Ход мыслей испытуемого может быть таким: «Понятия не имею, насколько сместилась светящаяся точка. А этот парень, похоже, знает». Даже в Декларации независимости сказано, что наш долг — «уважать мнение других людей».

{**Нормативное влияние.** Вновь избранные политики нередко мечтают об изменении системы. Однако в дальнейшем, стремясь сделать карьеру в рамках этой системы, под воздействием нормативных влияний они вынуждены подчиниться действующим в ней правилам}

Реакции других испытуемых тоже могут повлиять на нашу интерпретацию неоднозначных стимулов. Возможно, наблюдая за изменяющимися очертаниями облака, Полоний действительно видел то, что помогал ему видеть Гамлет. Люди, наблюдавшие за теми, кто соглашается с мнением, что «свобода слова должна быть ограничена», могут вкладывать в эти слова совсем иной смысл, чем вкладывают в него те, кто наблюдал за противниками этого утверждения (Allen & Wilder, 1980). Люди особенно склонны обосновывать свое решение после того, как выразили согласие с какой-либо группой (Buehler & Griffin, 1994).

<Поступай так, как поступает большинство, и ты заслужишь похвалу. *Томас Фуллер*, Гномология>

Итак, источником нормативного влияния является забота о социальном имидже. Желание иметь знания, отражающие реальность, порождает информационное влияние. В повседневной жизни нормативное и информационное влияние нередко проявляются вместе. В мои планы не входило быть единственным аплодирующим слушателем на той самой лекции в немецком университете (нормативное влияние), и поведение окружающих не только удержало меня от этого, но и подсказало мне, как я должен выразить свою благодарность лектору (информационное влияние).

Социальная психология в моей работе

Когда я поступила в аспирантуру и начала изучать организацию книгоиздательства, моей целью было совершенствование собственных редакторских навыков. У меня и в мыслях не было, что мне предстоит встреча с принципами социальной психологии. Однако один из фундаментальных ее принципов — нормативное влияние — тесно связан с книгоиздательским маркетингом. Многие люди покупают книги не для того, чтобы читать их, а чтобы поставить их на полку и демонстрировать гостям. Мысль о том, что на поведение наших покупателей влияет не только то, каковы они есть на самом деле, но и то, какими они хотят казаться, должна направлять действия профессионалов, действующих на книжном рынке. Сейчас я считаю, что посвятить себя изучению маркетинга — лучший способ применить тот энтузиазм, с которым я отношусь к социальной психологии.

Трэйси Эрлих, Texas A & M University, 1999.

В экспериментах, цель которых — получить ответ на вопрос «когда люди становятся конформистами», нормативное и информационное влияния изолируются друг от друга. Конформность

выше тогда, когда испытуемые отвечают в присутствии группы; в этом, конечно, проявляется нормативное влияние (ведь независимо от того, отвечают ли испытуемые публично или про себя, они получают одну и ту же информацию). Более того, чем многочисленнее группа, тем больше данный наедине ответ отличается от публичного (Insko et al., 1985). С другой стороны, конформность испытуемых выше в тех случаях, когда они ощущают себя некомпетентными, когда задание трудное и когда испытуемым не все равно, ошибутся они или дадут правильный ответ, т. е. когда налицо все признаки информационного влияния. Почему же мы проявляем конформизм? Можно назвать две основные причины: мы хотим нравиться окружающим и хотим, чтобы нас одобряли, или потому, что нам хочется поступить правильно.

Кто проявляет конформизм?

Конформность зависит не только от ситуации, но и от личностных качеств людей. В какой мере? И в каких социальных контекстах эти личностные качества проявляется наиболее наглядно?

Можно ли сказать, что некоторые люди более, чем другие, подвержены (или, возможно, правильнее сказать открыты) социальному влиянию? Есть ли среди ваших друзей такие, кого вы могли бы назвать «конформистами» и «нонконформистами»? Мне кажется, что большинству из нас это сделать нетрудно. Изучая конформизм, ученые исследуют его зависимость от многих факторов, связанных с индивидами. Не вдаваясь в детали, давайте рассмотрим два из них — личностные качества и культуру.

Личность

Изучение социальными психологами связи между личностными качествами и социальным поведением шло параллельно с изучением взаимного влияния установок и поведения. В течение 1950-х и в начале 1960-х гг. психологи изучали влияние внутренних мотивов и диспозиций на поступки людей. Так, оказалось: большую склонность к конформизму проявляли люди, признававшиеся в том, что нуждаются в социальном одобрении (Snyder & Ickes, 1985). В конце 1960-х гг. и в 1970-е гг. исследователи, изучавшие зависимость социального поведения, в частности конформизма, от личностных качеств, выявили лишь очень слабую корреляцию (Mischel, 1968). В отличие от ситуативных факторов, влияние которых легко доказуемо, предсказать поведение людей на основе результатов тестирования их личностных качеств оказалось практически невозможно. Если вам нужно было узнать, насколько конформным, агрессивным или склонным к помощи окажется тот или иной человек, подробное описание ситуации, в которой этому человеку предстояло действовать, оказывалось значительно более полезным, чем результаты его тестирования с помощью целого ряда психологических тестов. В связи с этим Милгрэм писал: «Я убежден в существовании сложного основополагающего принципа подчинения и неподчинения личности. Но я знаю, что мы его не обнаружили» (Milgram, 1974, p. 205).

Размышляя о своем эксперименте «Тюрьма» и о других своих лабораторных исследованиях, Филип Зимбардо утверждал: конечная цель

«заключается в том, чтобы сказать, как пробить брешь в вашем эгоцентризме, сказать, что вы ничем не отличаетесь от других людей, что все, что когда бы то ни было делали другие человеческие существа, не может быть вам чуждо, и вы не вправе отделить себя от этого! Мы должны преодолеть мысль о противопоставлении «мы — они», которой благоприятствует наша ориентация на диспозиции, и понять, что давление ситуации на человека в отдельно взятый отрезок времени может быть настолько сильным, что способно сокрушить абсолютно все: прежние нравственные ценности, историю, биологию, семью, церковь» (Bruck, 1976).

В 1980-е гг. мысль о том, что индивидуальные диспозиции играют незначительную роль, подвигла специалистов в области психологии личности обратиться к изучению обстоятельств, при которых они все-таки прогнозируют поведение. Результаты их исследования подтвердили принцип, о котором мы уже говорили в главе 4: в то время как внутренние факторы (установки, личностные качества) редко точно прогнозируют какое-либо конкретное действие индивида, они значительно

надежнее прогнозируют его обычное поведение в большинстве ситуаций (Epstein, 1980; Rushton et al., 1983). Следующая аналогия поможет понять смысл сказанного: предсказать ваше поведение в какой-то конкретной ситуации так же трудно, как и ваш ответ на какой-то конкретный вопрос теста. Однако насколько более предсказуема ваша итоговая оценка за тест, настолько предсказуема конформность (общительность, агрессивность и т. д.) вашего поведения в большинстве ситуаций.

<Я не хочу подгонять себя под этот мир. *Вуди Гатри*>

Личностные качества также лучше прогнозируют поведение тогда, когда нет сильного социального давления. Как и многие другие экспериментальные исследования, эксперименты Милгрэма по подчинению — примеры «крутых» ситуаций: когда требования экспериментаторов решительны и однозначны, индивидуальным различиям испытуемых трудно проявиться. Но даже в этих условиях участники экспериментов Милгрэма весьма заметно отличались друг от друга по проявленной ими покорности; к тому же есть достаточно веские основания считать, что в некоторых случаях на их подчинение влияли такие факторы, как их неприязнь к жертве, уважение к авторитету экспериментатора и желание соответствовать возлагавшимся на них надеждам (Blass, 1990, 1991). В нацистских концлагерях одни охранники проявляли доброту, а другие превращали живых детей в мишени для стрельбы или бросали их в огонь. Личность имеет значение.

(— Постойте! Подождите! Выслушайте меня!.. Мы НЕ ДОЛЖНЫ быть просто овцами!)

В отличие от группы, между членами которой существуют разногласия, группа, в которой царит единодушие, сильнее влияет на конформность, чем личностные качества

Еще сильнее индивидуальные особенности проявляются в «слабых» ситуациях, например, когда два незнакомых человека сидят в приемной и ничто не направляет их поведение (Ickes et al., 1982; Monson et al., 1982). Если поместить двух похожих людей в сильно отличающиеся друг от друга ситуации, то окажется, что влияние контекста перевесит индивидуальные различия. Но даже при поверхностном сравнении повседневного поведения людей типа Саддама Хусейна и людей типа матери Терезы влияние особенностей личности выглядит более веским.

{Индивидуальность проявляется значительно ярче, когда у нас есть возможность наблюдать разные реакции людей на одну и ту же ситуацию, как в этом случае, когда «американские горки» у одного вызывают восторг, а у другого — ужас}

Интересно наблюдать колебание мнений профессионалов. Не преуменьшая роли социальных сил, отрицать которую невозможно, они сейчас возвращаются к тому, чтобы принимать во внимание и личностные качества индивидов, и их генетические предрасположенности. Подобно психологам, которые изучают установки и о которых было рассказано выше, специалисты в области психологии личности проясняют связь между тем, кто мы такие, и тем, что мы делаем, подтверждая существование этой связи. Благодаря их усилиям сегодня социальные психологи согласны с мнением Курта Левина,

одного из основоположников теоретической психологии: «Любое психологическое событие зависит как от состояния человека, так и от среды, хотя их относительная значимость в разных ситуациях различна» (Lewin, 1936, p. 12).

Культура

Может ли культура, в которой сформировался человек, помочь спрогнозировать степень его конформности? Да, может. Джеймс Виттакер и Роберт Мид, повторив эксперименты Аша по конформизму в разных странах, выявили в большинстве из них практически одинаковые уровни конформности: 31% в Ливане, 32% в Гонконге, 34% в Бразилии, но 51% в Зимбабве, у племени банту, в котором инакомыслие строго наказывается. Когда Милгрэм с помощью разных методик изучал конформизм норвежских и французских студентов, последние последовательно демонстрировали меньшую склонность к нему (Milgram, 1961).

Как вы думаете, какие результаты (сравнительно с «американскими) были получены исследователями, повторившими эксперименты Милгрэма в Австралии, Австрии, Германии, Италии, Иордании, Южной Африке и в Испании? Степень конформности оказалась сходной или даже более высокой, например, в Мюнхене она составила 85% (Blass, 2000).

Однако культурные традиции способны изменяться. Эксперименты Аша, повторенные в Великобритании, Канаде и США с участием в качестве испытуемых студентов, в некоторых случаях свидетельствовали о большем нонконформизме, чем довелось наблюдать Ашу 20 или 30 лет тому назад (Lalancette & Standing, 1990; Larsen, 1974, 1990; Nicholson et al., 1985; Perrin & Spencer, 1981).

Следовательно, хоть конформизм и подчинение — универсальные феномены, они тем не менее зависят и от культурных традиций, и от исторической эпохи (Bond, 1988; Triandis et al., 1988). Культуры Америки и Европы учат индивидуализму: ты сам несешь ответственность за себя. Прислушивайся к голосу собственной совести и следуй ему. Не изменяй себе самому. Пойми, в чем состоит твоя уникальность. Удовлетворяй свои потребности. Уважай личную жизнь других. Культура азиатских стран и остальные незападные культуры более склонны учить коллективизму: твоя семья или твой клан ответственны за всех своих членов, действия которых могут либо прославить их, либо обесчестить. Так что заботься о том, чтобы твоя семья или твой клан могли гордиться тобой. Будь привержен традициям своей культуры. Уважай старших по возрасту и по положению. Стремись к гармонии и никогда никого не критикуй публично. Будь предан своей семье, компании, в которой работаешь, и своей стране. Живи жизнью коллектива и не думай, что у тебя есть собственное Я, не связанное с твоим социальным контекстом. Метаобзор 133 исследований, проведенных в 17 странах, который был выполнен Родом Бондом и Питером Смитом, подтверждает факт влияния на конформизм этих культурных ценностей (Bond & Smith, 1996). По сравнению с представителями индивидуалистических культур носители коллективистских культурных традиций более открыты влиянию окружающих.

Резюме

Окончательных ответов на вопрос «Кто проявляет конформизм?» не так уж много. Результаты тестирования с использованием ряда личностных тестов не дают возможности прогнозировать конкретные акты проявления конформизма, но больше подходят для прогноза склонности к нему (и другим формам социального поведения) в повседневной жизни. Влияние личностных качеств на конформизм сильнее проявляется в «слабых» ситуациях, в которых социальные силы не настолько велики, чтобы «перебить» индивидуальные различия. Хотя предрасположенность к конформизму и подчинению — универсальное качество, присущее всем людям без исключения, восприимчивость к социальному влиянию у представителей разных культур различна.

Сопротивление социальному давлению

Способны ли люди активно сопротивляться социальному давлению? Могут ли они отказаться делать то, что их заставляют, и сделать вместо этого совсем другое? Какими могут быть мотивы

подобного нонконформизма?

Реактивное сопротивление

Люди ценят собственную свободу и самостоятельность. Поэтому, когда социальное давление становится настолько сильным, что возникает реальная угроза их личной свободе, они нередко бунтуют. Вспомните Ромео и Джульетту: противодействие обеих семей только усилило их любовь. Или детей, которые защищают свою свободу и независимость, совершая поступки, противоположные тем, на которых настаивают их родители. Поэтому умные родители, вместо того чтобы командовать детьми, предлагают им выбор: «Пора мыться. Примешь ванну или встанешь под душ?»

(— Я не стану есть эту зеленую гадость! Ни за что!

— Отличная мысль, Кельвин. Потому что в твоей тарелке — токсичные отходы, и если ты их съешь, то превратишься в мутанта.

— Хрум-хрум!

— Ура! Превращаюсь! — Должен же быть другой способ заставить его есть!)

Можно ли считать это проявлением реактивного сопротивления? Установлено, что среди студентов, не достигших 21 года, меньше совершенно не пьющих и больше злоупотребляющих спиртным, чем среди их товарищей, имеющих законное право употреблять спиртные напитки

Теория психологического реактивного сопротивления, суть которой заключается в том, что люди действительно ведут себя так, чтобы защитить собственное ощущение свободы, находит подтверждение в экспериментальных данных, свидетельствующих о том, что попытки ограничить свободу индивида нередко заканчиваются антиконформным «эффектом бумеранга» (Brehm & Brehm, 1981; Nail et al., 2000). После того как женщины в университетах Запада осознали, чего именно ждет от них традиционная культура, они стали менее склонны к проявлению стереотипного «женского» поведения (Cialdini et al., 1998). Или представьте себе, что кто-то останавливает вас на улице и просит подписать воззвание в защиту чего-то, по отношению к чему у вас нет четкой позиции. Пока вы размышляете, подходит еще один человек и говорит, что «следует запретить собирать подписи под такими воззваниями и подписывать их». Согласно теории реактивного сопротивления, подобная неприкрытая попытка ограничить вашу свободу лишь увеличит вероятность того, что вы поставите свою подпись. Именно это и наблюдала Мадлен Хейлман, когда проводила подобный эксперимент на улицах Нью-Йорка (Heilman, 1976).

<Делать все в точности до наоборот — это тоже форма подражания. *Лихтенберг*, Афоризмы>

Реактивное сопротивление может быть одной из причин пристрастия к спиртному молодых людей, не достигших 21 года. [В США запрещается продавать алкогольные напитки лицам моложе 21 года. — *Примеч. перев.*] Опрос, проведенный в 1997 г. Канадским центром изучения нарко- и алкогольной зависимости (*Canadian Centre on Substance Abuse*) среди лиц 18-24-летнего возраста, показал, что в течение года, предшествовавшего опросу, 69% лиц старше 21 года пили столько же, сколько 77% тех, кому еще не исполнилось 21 года. Согласно данным опроса, проведенного в США в 56 кампусах, полностью воздерживаются от употребления спиртного 25% студентов старше 21 года и только 19% студентов моложе этого возраста. По данным Рут Энгз и Дэвида Хансона, спиртным

злоупотребляют 15% студентов старше 21 года и 24% тех, кто моложе (Engs & Hanson, 1989). Авторы полагают, что эти результаты — отражение реактивного сопротивления запрету. Возможно, они также отражают и влияние ровесников. В том, что касается алкоголизма и наркомании, ровесники не только влияют на установки, но и снабжают спиртным и наркотиками, создают условия для их употребления. Это помогает объяснить, почему студенты колледжей, которые постоянно находятся в среде своих соучеников, нередко пропагандирующих и приветствующих употребление спиртного, пьют больше, чем их ровесники, не связанные с колледжами (Atwell, 1986).

Феномен реактивного сопротивления убеждает нас в том, что люди — не марионетки. Социолог Питер Бергер очень красноречиво излагает эту мысль:

«Мы видим марионеток, танцующих на крошечной сцене: повинуясь кукловодам, дергающим за веревочки, они двигаются туда-сюда и исполняют предписанные сценарием маленькие роли. Мы понимаем логику этого театра и сами участвуем в представлении. Занимая определенное место в обществе, мы отдаем себе отчет в том, что значит висеть на этих невидимых нитях. В какой-то момент мы даже начинаем воспринимать себя как настоящих марионеток. Но потом наступает прозрение, и до нас доходит, чем театр марионеток отличается от нашей собственной драмы. В отличие от марионеток мы имеем возможность остановиться, оглянуться и понять всю ту машинерию, которая приводит нас в движение. А это — первый шаг к свободе» (Berger, 1963, p. 176).

Утверждение собственной уникальности

Представьте себе мир стопроцентного конформизма, в котором все люди мыслят и действуют одинаково. Можно ли назвать такой мир счастливым? Если нонконформизм способен создать дискомфорт, может ли единообразие создать комфорт?

Когда люди сильно отличаются от окружающих, им неуютно. Но им столь же неуютно, по крайней мере в странах Запада, когда они — точно такие же, как и все остальные. Люди чувствуют себя лучше, если воспринимают себя как уникальных личностей (Snyder & Fromkin, 1980). Более того, своим поведением они отстаивают право на уникальность. Проводя один из своих экспериментов, Снайдер убеждал студентов Университета Пердью в том, что «10 самых важных их установок» были либо отличными от установок 10 000 студентов, либо идентичными им (Snyder, 1980). Когда они в дальнейшем участвовали в эксперименте по конформизму, те из них, кого экспериментатор «лишил возможности» чувствовать себя уникальными, более активно отстаивали свое право быть личностями и вели себя как нонконформисты. Когда же участники другого эксперимента слышали, что кто-то из испытуемых формулирует установки, идентичные их собственным, они даже меняли свою позицию, чтобы поддержать присущее им чувство уникальности.

<Когда я нахожусь в Америке, у меня нет ни малейшего сомнения в том, что я — еврей, но я сильно сомневаюсь в том, что я действительно американец. Приезжая в Израиль, я твердо знаю, что я — американец, но у меня нет никакой уверенности в том, что я — еврей. *Лесли Фидлер*, Скрипач на крыше, 1991>

Восприятие самого себя как уникальной личности проявляется и в «спонтанной Я-концепции». Уильям Мак-Гуайр и его коллеги из Йельского университета сообщают: когда детей просят рассказать о себе, они предпочитают говорить о том, что отличает их от окружающих (McGuire & Padawer-Singer, 1978; McGuire et al., 1979). Дети, родившиеся в других странах, более склонны, чем другие, к упоминанию места своего рождения. Рыжие дети чаще, чем темноволосые и блондины, по собственной инициативе говорили о цвете волос, а худые и тучные — о своем весе. Дети, принадлежащие к национальным меньшинствам, не забывали сказать о своей расовой принадлежности. Точно так же мы острее осознаем свои пол, когда находимся в окружении лиц противоположного пола (Cota & Dion, 1986). Недавно мне пришлось побывать на конференции, устроенной Американской психологической ассоциацией; поняв, что из 11 участников 10 — женщины, я сразу же вспомнил о своей принадлежности к мужскому полу. На следующий день во время перерыва я пошутил, сказав, что длинной очереди в мужскую туалетную комнату сегодня не ожидается, чем привлек внимание своей соседки к тому, на что она раньше не обратила никакого внимания, — на гендерный состав участников конференции.

<Самоосознание — осознание человеком самого себя как «Я» — возможно лишь при

противопоставлении его чему-то «другому», чему-то, что не является им. *К. С. Льюис*, Проблема боли, 1940>

Принцип, говорит Мак-Гуайр, заключается в следующем: «Индивид ощущает себя тем и настолько, в чем и насколько он отличается от других». Следовательно, если я — «чернокожая женщина в компании белых женщин, я склонна думать о себе как об афроамериканке; если же я окажусь в компании чернокожих мужчин, то цвет моей кожи отойдет на задний план, и я стану больше осознавать тот факт, что я — женщина» (McGuire et al., 1978). Это признание позволяет понять, почему любое меньшинство склонно осознавать свое отличие и реакцию на него окружающих. Большинство, значительно менее осознающее свою расовую принадлежность, может считать меньшинство «излишне чувствительным». Когда мне случается быть в Шотландии, где мой американский акцент выдает во мне иностранца, я постоянно помню о своей национальной принадлежности и чувствителен к тому, как реагируют на нее окружающие.

Даже если представители двух культур очень похожи, они все равно обратят внимание на то, что отличает их друг от друга, какими бы незначительными ни были эти отличия. Даже самые несущественные расхождения способны вызвать насмешку и стать причиной конфликта. Джонатан Свифт высмеял это явление в своем романе «Путешествие Гулливера», описав войну между «остроконечниками» и «тупоконечниками», разница между которыми заключалась в том, что первые предпочитали разбивать яйца с острого конца, а вторые — с тупого. В мировом масштабе разница между шотландцами и англичанами, между представителями племен хуту и тутси, между сербами и хорватами или между католиками и протестантами, живущими в Северной Ирландии, невелика. Но и небольших различий достаточно для того, чтобы разгорелся большой конфликт (Rothbard & Taylor, 1992). Нередко соперничество с другой группой тем сильнее, чем больше она напоминает твою собственную.

<Каждый хочет быть исключением из правил, и из этого правила нет исключения. *Малколм Форбс*, «Форбс» [Журнал деловых кругов, освещающий вопросы менеджмента и определяющий критерии наиболее эффективного ведения бизнеса. Основан Б. Ч. Форбсом (1880-1954) в 1917 г. Достиг пика популярности под руководством его сына М. С. Форбса (1919-1990). — *Примеч. перев.*]>

Ирония заключается в том, что, хотя никто из нас не хочет быть «белой вороной», все мы похожи друг на друга своим желанием быть «не как все» и вниманием к тому, в какой мере нам это удается. Однако, как следует из результатов изучения предрасположения в пользу своего Я (глава 2), нам нужно вовсе не любое отличие, а только отличие «в правильном направлении». Мы стремимся не к тому, чтобы просто отличаться от среднестатистической личности, а к тому, чтобы быть лучше ее.

{**Отстаивание собственной уникальности.** Большинство из нас, не желая сильно отличаться от окружающих, тем не менее подчеркивают свою индивидуальность с помощью своего собственного стиля или одежды}

Завершая рассмотрение такого феномена, как конформизм, хотелось бы сказать несколько слов об экспериментальном методе, использованном при его изучении. Ситуации, которые создавались для этого в лабораториях, отличаются от ситуаций, возникающих в реальной жизни. Часто ли нас просят оценить длину отрезка прямой линии или наказать кого-либо ударом электрического тока? Сходства между психологическими процессами, протекающими в лабораторных условиях и в реальной жизни, не больше, чем между горящей спичкой и лесным пожаром, иллюстрирующими один и тот же процесс — процесс горения (Milgram, 1974). Делая обобщения на основании простого процесса — горения спички, мы должны проявлять осторожность, потому что лесной пожар — явление сложное. Однако контролируемые эксперименты с горящими спичками могут дать нам такую информацию о процессе горения, которую не могут дать наблюдения за лесными пожарами. Аналогично и социально-психологические эксперименты позволяют нам проникнуть в суть поведения и выявить такие его стороны, которые трудно выявить в реальной жизни. Экспериментальная ситуация уникальна, но то же можно сказать и о любой социальной ситуации. Предлагая испытуемым различные уникальные в своем роде задания и повторяя свои эксперименты в разных странах и в разное время, исследователи находят общие закономерности, скрытые внешними различиями.

Резюме

Повышенное внимание социальных психологов к силе социального давления должно дополняться не менее пристальным вниманием к силе личности. Мы не марионетки. Когда социальное давление становится чрезмерным, в людях нередко пробуждается потребность в реактивном сопротивлении, и они начинают противодействовать принуждению, чтобы сохранить присущий им дух свободы. Если подобную потребность в реактивном сопротивлении испытывают одновременно все члены какой-либо группы, результатом может стать бунт.

Мы не чувствуем себя комфортно, когда сильно отличаемся от окружающих, но нам не хочется и быть «как все». Поэтому мы ведем себя так, чтобы сохранить ощущение уникальности своей личности. Будучи членом какой-либо группы, мы острее всего осознаем свое отличие от окружающих.

Постскриптум автора

Быть членом общества и оставаться индивидуальностью

Делай то, что считаешь нужным. Подвергай сомнению слова авторитетов. Если ты этого хочешь, делай. Думай о своем удовольствии. Не будь конформистом. Принимай самого себя. Не изменяй себе. Это твой долг по отношению к самому себе.

Мы слышим слова вроде этих снова и снова... если живем в одной из стран с индивидуалистической западной культурой: в Западной Европе, Австралии, Новой Зеландии, Канаде и особенно в США. Не подвергаемая сомнению мысль о том, что индивидуализм — это хорошо, а конформизм — плохо, есть то, что в главе 1 было названо «социальной репрезентацией» — идеей, которую разделяют все. Все вымышленные герои нашей культуры — от Гекльберри Финна до Шерлока Холмса, от Люка Скайуокера до юноши из «Общества мертвых поэтов» [См. фильм с аналогичным названием. — *Примеч. науч. ред.*] — бунтовали против установленных правил, считая приоритетными права личности и восхваляя того, кто противостоит группе.

В 1831 г. французский писатель Алексис де Токвилль, побывав в Америке, ввел в обиход термин «индивидуализм». Он писал: «Индивидуалисты никому ничем не обязаны и вряд ли ждут чего-либо от окружающих. Они привыкли думать о себе в отрыве от окружающих и считают, что их судьба зависит исключительно от них самих».

Спустя полтора века психотерапевт Фриц Перлз в своей «Гештальт-молитве» (*Gestalt Prayer*) выразил эту идею крайнего индивидуализма в предельно лаконичной форме:

«Я занимаюсь своим делом, а ты занимайся своим.

Я пришел в этот мир не для того, чтобы оправдывать твои ожидания,

А ты — не для того, чтобы оправдывать мои» (Perls, 1972).

Его поддержал психолог Карл Роджерс: «Единственный вопрос имеет значение: “Живу ли я так, что моя жизнь полностью удовлетворяет меня и дает мне возможность реализовать все свои способности?”» (Rogers, 1985).

Как уже отмечалось в главе 2, вряд ли людей, живущих в странах с другими культурными традициями, включая страны Азии, волнует только это. Там, где ценится *общность*, принимается и конформизм. Школьники нередко демонстрируют свою солидарность тем, что носят форму. Межличностные отношения чрезвычайно важны, чтобы сохранить гармонию, разногласия и конфронтация замалчиваются. «Торчащий гвоздь забивают» — говорят японцы.

Амитай Этциони, в недавнем прошлом президент Американской социологической ассоциации, убеждает нас в пользе коммунитаристского индивидуализма, в котором наш нонконформистский индивидуализм сочетается с общинным духом (Etzioni, 1993). Коллега Этциони, Роберт Белла, выражает свое согласие с этой точкой зрения: «Коммунитаризм основан на ценности, которая заключается в умении пожертвовать личным». Но он также «подчеркивает центральную ценность — солидарность... и то, что нас формируют наши отношения с другими людьми» (Bellah, 1996).

Как представители западных культур, живущие в разных странах, большинство читателей этой книги наслаждаются теми преимуществами, которые дает им нонконформистский индивидуализм; однако, по мнению сторонников коммунитаризма, мы теряем при этом то хорошее, что несет в себе коллективно организованная жизнь.

Нам, людям, нравится чувствовать свою уникальность и быть хозяевами собственных жизней, но

мы также и социальные создания, имеющие базовую потребность принадлежать к той или иной группе. Сам по себе конформизм ни хорош, ни плох. Следовательно, мы как личности должны стремиться к балансу между независимостью и привязанностью к другим людям, между личной жизнью и жизнью общественной, между индивидуальностью и социальной идентичностью.

Глава 7. Убеждение

[В написании этой главы для седьмого издания принимала участие Лиса Эванс. Доктор Эванс — доцент кафедры психологии *Hope College*, занимающаяся исследованиями в области убеждения.]

Геббельс, министр «народного просвещения» и пропаганды в фашистской Германии, отлично понимал, какую силу имеет убеждение. Установив контроль над печатью, радио, искусством вообще и кинематографом в частности, он предпринял обработку сознания немецкого народа, чтобы заставить его принять идеологию нацизма. Единственной газетой, которую Гитлер прочитывал от корки до корки, была *Der Strümer* — антисемитская газета, издававшаяся пятисоттысячным тиражом его другом и соратником Юлиусом Штрайхером. Штрайхер издавал также и антисемитские детские книги и, как и Геббельс, часто выступал на массовых митингах, ставших неотъемлемой частью пропагандистской машины нацистов.

Насколько эффективной была деятельность Геббельса, Штрайхера и других идеологов нацизма? Действительно ли они сделали то, в чем их обвинили союзники на Нюрнбергском процессе: «отравили сознание миллионов людей» (Bytwerk, 1976)? Многие немцы прониклись жгучей ненавистью к евреям, но отнюдь не все. Были и просто сочувствовавшие антисемитской политике. Большинство же остальных были либо настолько равнодушны, либо настолько запуганы, что не только не смогли отказаться от личного участия в уничтожении евреев, но даже не попытались воспрепятствовать Гитлеру. Без соучастия миллионов Холокост был бы невозможен (Goldhagen, 1996).

<Речь обладает энергией. Слова не исчезают бесследно. То, что рождается звуком, вырастает в дела. Раввин *Абрам Хешель*, 1961>

В современном мире тоже немало мощных пропагандистских сил. Установки подрастающего поколения по отношению к марихуане быстро изменились после опубликования результатов изучения физических и социальных последствий употребления этого наркотика. По данным Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, ежегодно проводящего соответствующие опросы среди 250 000 первокурсников колледжей, в период с 1978 по 1991 г. число сторонников легализации марихуаны уменьшилось с 50 до 21% (Dey et al., 1991; Sax et al., 2000). Одновременно число учащихся старших классов американских средних школ, считающих, что регулярное употребление марихуаны «сопряжено с большим риском», возросло более чем в 2 раза — с 35 до 79% в 1991 г. (Johnston et al., 1996). По мере того как изменяются установки, изменялось и поведение. В 1992 г. в течение месяца, предшествовавшего опросу, число старшеклассников, употреблявших марихуану, уменьшилось с 37 до 12%. Аналогичным образом изменились и установки канадских подростков: число потребителей марихуаны уменьшилось (Smart et al., 1991). Однако в дальнейшем, благодаря более благоприятному «образу употребления наркотиков», созданному средствами массовой информации, изменились и установки, и поведение. К 2000 г. число студентов колледжей — сторонников легализации наркотиков — вернулось к прежней цифре 34%, число старшеклассников, считавших, что регулярно употребляющие марихуану «сильно рискуют», уменьшилось и составило лишь 57%, а количество марихуаны, потребляемой ими ежемесячно, возросло на 23%.

<Фанатик — это человек, не способный изменить свое мнение и не желающий сменить тему. *Уинстон Черчилль*, 1954>

По данным центров контроля и профилактики заболеваний, количество курильщиков в США за последние 30 лет уменьшилось примерно в 2 раза и составляет в настоящее время 26%, что отчасти является результатом пропаганды здорового образа жизни. Число первокурсников американских колледжей, полностью отказавшихся от употребления пива, возросло с 25% в 1981 г. до 47% в 1996 г. За последние десятилетия заметно пополнились и ряды взрослых образованных людей, небезразличных к собственному здоровью и к проблемам безопасности и полностью отказавшихся от употребления пива и от курения.

<Помни: изменив свое мнение и последовав за тем, кто ведет к истине, ты останешься свободным человеком. *Марк Аврелий*, Размышления, VIII. 16, 121-180>

Однако некоторые пропагандистские усилия оказываются тщетными. Один крупномасштабный эксперимент, предпринятый правительством для того, чтобы убедить людей пользоваться ремнями безопасности, практически не дал никаких позитивных результатов (7 тщательно продуманных реклам были 943 раза показаны в прайм-тайм по кабельному телевидению, подписчиками которого являются 6400 семей). Психолог Пол Словик предположил, что он и его коллеги могли бы лучше справиться с этой задачей (Slovic, 1985). Они исходили из того, что вероятной причиной непопулярности ремней безопасности может быть самонадеянность людей, считающих себя неуязвимыми. Хотя и верно, что лишь одна поездка из 100 000 заканчивается аварией, поскольку в среднем в течение жизни человек совершает около 50 000 поездок, чувство собственной безопасности в конечном итоге может обернуться для многих лишь «иллюзией неуязвимости».

{Насколько убедителен этот придорожный плакат? Почему? (На плакате крупно изображен презерватив. Текст плаката: Второй наилучший способ избежать СПИДа. Мелким шрифтом: Фонд Элизабет Тейлор против СПИДа)}

При поддержке Национальной комиссии по безопасности движения Словик и его коллеги создали 12 телевизионных реклам, для того чтобы убедить людей, не пользующихся ремнями безопасности, в том, что они очень рискуют. После предварительного тестирования с участием нескольких сот человек несколько тысяч человек — методом отсеивания — оценили 6 реклам. Выбранные таким образом 3 лучшие рекламы многократно демонстрировались другой аудитории. Увы! Они никак не повлияли на использование ими ремней безопасности. По мнению Словика, поскольку каждая благополучная поездка усиливает «настрой на неиспользование» ремней, «не исключено, что вообще никакая кампания и никакая реклама не смогут лучше убедить водителей пользоваться ими, чем пример небольшой группы американцев, которые добровольно согласятся на это». В конце концов, чтобы убедить большинство американцев пользоваться ремнями безопасности, потребовалось принятие соответствующих законов, поддержанных как определенными штрафными санкциями за их нарушение, так и общенациональной кампанией «Пристегнись, Америка!»

{**Убеждение — явление повсеместное.** В тех случаях, когда мы одобряем его, мы можем считать его «просвещением». (Текст плаката: Думай глобально. Действуй локально. ПЕРЕРАБОТАЙ ОТХОДЫ в компании Крогер)}

Как показывают эти примеры, усилия, предпринимаемые для того, чтобы убедить людей в чем-либо, порой бывают безнравственными, а порой — благородными, порой — эффективными, а порой — тщетными. По своей сути убеждение не зло и не благо. Цель, которую ставит перед собой убеждающий, и содержание его сообщения — вот что приводит к дурным или хорошим последствиям. Убеждение, приносящее зло, мы называем «пропагандой», убеждение, целью которого является благо, — «просвещением». По сравнению с пропагандой просвещение менее принудительно и располагает лучшей доказательной базой в виде фактов. Однако в реальной жизни мы обычно называем пропагандой то, во что не верим, и просвещением — то, во что верим (Lumsden et al., 1980).

<Идет ли речь о старых доктринах или о пропаганде чего-либо нового, — проглотить их и следовать им есть проявление слабости, все еще присущей человеческому разуму. *Шарлотта Перкинс Джилман*, Работа человека, 1904>

Мы же должны откуда-то черпать свои мнения. Поэтому убеждение — будь то пропаганда или просвещение — неизбежно. Воистину, убеждение вездесуще: оно и в политике, и в маркетинге, в ухаживании, в действиях родителей, в торговле, в религии и в принятии судебных решений. Поэтому социальных психологов и интересует, что именно приводит к эффективному, долговременному изменению установок. Какие факторы влияют на убеждение? И что нужно тем, кто убеждает, чтобы они могли как можно более эффективно «просвещать» окружающих?

Представьте себе, что вы — топ-менеджер, занимающийся маркетингом или рекламой, один из тех, кто ответствен за последствия ежегодного расходования на рекламу по всему миру более $400 миллиардов (Brown et al., 1999). Или вообразите себя на месте проповедника, желающего убедить свою паству в необходимости больше любить ближнего и заботиться о нем. Или что вы пропагандируете экономию энергии, грудное вскармливание младенцев или участвуете в избирательной кампании какого-либо политика. Что вы должны сделать для того, чтобы и вы сами, и исходящая от вас

информация были убедительными? А если вы опасаетесь, что другие убеждающие могут начать манипулировать вами, какая тактика, используемая ими, должна заставить вас насторожиться?

Чтобы ответить на эти вопросы, социальные психологи обычно изучают убеждение так, как некоторые геологи изучают эрозию: исследуя влияние различных факторов в непродолжительных контролируемых экспериментах. Влияние невелико, оно наиболее заметно проявляется в случае слабых установок и не затрагивает наших нравственных ценностей (Johnson & Eagly, 1989; Petty & Krosnik, 1995). Тем не менее они позволяют нам представить себе, как при наличии достаточного количества времени подобные факторы могут оказаться весьма эффективными.

Способы убеждения

Какие два способа убеждения известны? На каких когнитивных процессах основан каждый из них и какое влияние они оказывают?

Профессор Йельского университета Карл Ховланд, будучи во время Второй мировой войны главным психологом Министерства обороны США, вместе со своими коллегами помогал военным, изучая убеждение (Hovland et al., 1949). В надежде поднять боевой дух армии психологи систематически изучали влияние специальных тренировочных фильмов и исторической документалистики на установки новобранцев и на их отношение к войне. Вернувшись после окончания войны в Йель, они продолжили изучение факторов, способствующих увеличению вероятности того, что сообщение окажется убедительным. К решению стоящей перед ними задачи исследователи подошли очень тщательно, варьируя различные факторы, связанные с личностью убеждающего человека («коммуникатора»), содержанием сообщения, каналом коммуникации и аудиторией.

Как следует из рис. 7.1, авторы считали, что процесс убеждения включает преодоление нескольких препятствий. Все факторы, облегчающие это преодоление, увеличивают вероятность убеждения. Например, вероятность того, что вы с большим вниманием отнесетесь к сообщению, если его делает внешне привлекательный человек; одновременно это означает, что у такого сообщения больше шансов убедить вас. Подход к изучению убеждения, предложенный йельской группой исследователей, вооружает нас пониманием *благоприятствующих* ему условий.

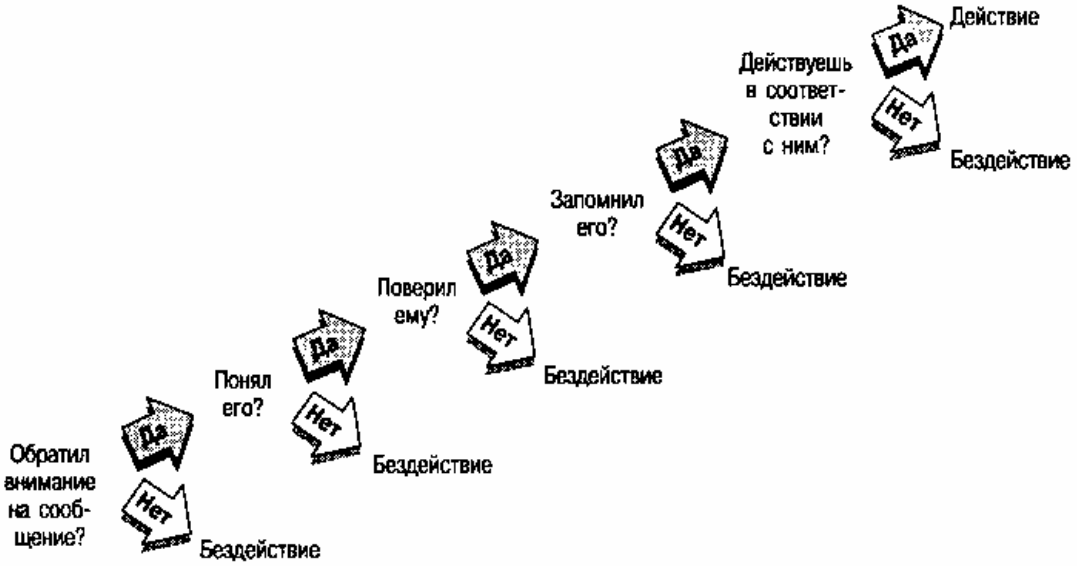


Рис. 7.1. Чтобы вызвать ответное действие, убеждающее сообщение должно преодолеть несколько препятствий. Однако решающее значение имеет не запоминание самого сообщения как такового, а запоминание собственных мыслей, возникших в ответ на него. (*Источник*: W. J. McGuire. «An Information-Processing Model of Advertising Effectiveness», Behavioral and Management Sciences in Marketing, под редакцией H. L. Davis и A. J. Silk, 1978)

Ученые, изучавшие убеждение в Университете штата Огайо в 1960-х, 1970-х и 1980-х гг.,

предположили, что имеют значение и те мысли, которые возникают у людей в ответ на убеждающую информацию. Если сообщение однозначно и его легко понять, но в нем много неубедительных аргументов, вам легко опровергнуть его и оно не убедит вас. Если в сообщении содержатся убедительные аргументы, оно вызовет более благоприятное отношение и, скорее всего, убедит вас. Этот подход, основанный на «когнитивной реакции», помогает нам понять, *почему* в одних ситуациях убеждение проявляется с большей силой, нежели в других.

Ричард Петти и Джон Качоппо, а также Элис Игли с Шелли Чейкен пошли несколько дальше (Petty & Cacioppo, 1986; Petty & Wegener, 1999). Они создали теорию, согласно которой убеждения формируются одним из двух способов. Когда у людей есть достаточно оснований для системного обдумывания сути информации и когда они способны на это, возникают благоприятные условия для сосредоточенности на аргументах и для реализации **прямого способа убеждения**. Если эти аргументы неопровержимы и весомы, вероятность убеждения высока. Если в сообщении нет ничего, кроме легко опровергаемых аргументов, думающие люди обязательно обратят на них внимание и оспорят их.

Однако иногда сила аргументов не имеет никакого значения. Иногда мы либо не склонны, либо не способны к серьезному размышлению. Если наше внимание отвлечено, если сообщение нам не интересно или если нам просто некогда, мы вполне можем не обратить должного внимания на содержание сообщения. Вместо того чтобы оценивать убедительность содержащихся в нем доводов, мы можем пойти по **косвенному пути к убеждению** — сосредоточившись на признаках, которые «запустят механизм согласия» без серьезных размышлений. Когда внимание рассеянно или мы не склонны думать, то привычные и понятные суждения оказываются более убедительными, нежели оригинальные и нестандартные. Так, поговорка «Не складывай все яйца в одну корзину» произведет на занятого своими мыслями или делами человека большее впечатление, чем призыв «Не вкладывайте все средства в одно рискованное предприятие» (Howard, 1997).

Сообразительные рекламодатели умеют приспособиться к мышлению своих потребителей. Рекламные щиты и телевизионная реклама, т. е. то, что потребители имеют возможность видеть лишь в течение очень ограниченного периода времени, как правило, используют в качестве косвенных признаков визуальные образы. Наши мнения о продуктах питания и напитках, сигаретах и предметах одежды часто базируются не на логике, а на эмоциях. В их рекламе нередко используются визуальные косвенные признаки. Вместо поиска аргументов в защиту курения, реклама сигарет связывает их с визуальными образами красоты и удовольствия. То же самое можно сказать и о рекламе безалкогольных напитков, когда с помощью образов молодости, энергичности и счастливых белых медведей пропагандируют кока-колу как источник радости и первоклассную вещь. Даже кампания под лозунгом «Имидж — ничто, жажда — все», претендующая на то, чтобы отвлечь людей от косвенных признаков, относящихся к имиджу, уклоняется от использования серьезных аргументов в пользу употребления именно этого конкретного напитка. С другой стороны, рекламные сообщения, помещенные в Интернете, которые заинтересовавшиеся посетители могут изучать в течение какого-то времени, редко эксплуатируют образы голливудских звезд или знаменитых спортсменов, а предпочитают сообщать потребителям информацию о цене и о том, чем предлагаемый ими товар отличается от товара, который производится конкурентами. Соответствие типа убеждающего сообщения тому, как оно будет, скорее всего, восприниматься потенциальными адресатами, способно значительно увеличить вероятность, что на него вообще обратят внимание (Shavitt, 1990; Petty, Wheeler & Bizer, 2000).

<Чем сильнее связь изменения установок с обдумыванием сути этих изменений, тем заметнее сами изменения. *Ричард Петти и Дуэйн Вигенер*, 1998>

{С помощью аргументов, содержащихся в тексте, эта реклама использует прямой способ убеждения. Но она не пренебрегает и косвенным способом. Обратите внимание, как она пытается убедить в том, что и мать и младенец могут получать удовольствие от кормления (изображены 2 очень схожие фотографии: слева кормление грудью, справа рожком; на обоих мать счастливо улыбается, во втором случае даже более счастливо), даже если оно — всего лишь симуляция их естественных отношений. (*Текст на плакате*: «Никакой другой рожок не сделает искусственное вскармливание столь похожим на грудное»)}

Конечная цель рекламодателя, проповедника и даже педагога — не просто заставить людей обратить внимание на свое сообщение, а дальше — будь что будет. Как правило, в их задачу входит

определенное изменение поведения. Равноценны ли оба способа убеждения с точки зрения достижения этой цели? Петти и его коллеги полагают, что нет (Petty, Haugtvedt & Smith, 1995). Когда люди серьезно размышляют над проблемами и прорабатывают их интеллектуально, они полагаются не только на сам обращенный к ним призыв, но и на собственные мысли, возникшие в ответ на него. Убеждают не столько аргументы, выдвинутые тем, от кого исходит призыв, сколько именно эти мысли. Когда люди серьезно задумываются, а не скользят по поверхности, более вероятно, что любая изменившаяся установка сохранится, выдержит любую атаку и повлияет на поведение (Petty et al., 1995; Verplanken, 1991). Так что прямой способ убеждения — более надежный путь к тому, чтобы установки и поведение стали «непоколебимыми», в то время как косвенный способ ведет лишь к временному и неглубокому их изменению. Если вы действительно хотите, чтобы на основании полученной от вас информации кто-то бросил курить, лучший способ добиться желаемого — привести неопровержимые, веские доказательства вашей правоты и сделать так, чтобы у людей появились достаточно серьезные основания «услышать» вас и возможность серьезно задуматься над вашими словами.

Даже люди, которые предпочитают все обдумывать, нередко обращаются к косвенному способу убеждения. Иногда нам проще использовать эвристику — такие простые мыслительные стратегии, как «положись на специалистов» или «длинным сообщениям можно доверять» (Chaiken & Maheswaran, 1994). Не так давно в районе, где я живу, проводился референдум по непростому вопросу — официальной передаче местной больницы в коммунальную собственность. У меня не было ни желания, ни времени (я работал над этой книгой) самому вникать в проблему, но я заметил, что все сторонники референдума — либо симпатичные мне люди, либо люди, которых я считал специалистами. И я, воспользовавшись простейшей эвристикой — друзьям и специалистам можно доверять, — проголосовал соответствующим образом. Мы все способны принять поспешные решения на основании еще одной эвристической схемы: если оратор говорит внятно и убедительно, предположительно руководствуется благими мотивами и приводит несколько аргументов (а еще лучше, если аргументы предоставляют разные источники), то мы скорее всего отдадим предпочтение легкому косвенному способу и примем «сообщение» без серьезных раздумий (рис. 7.2).

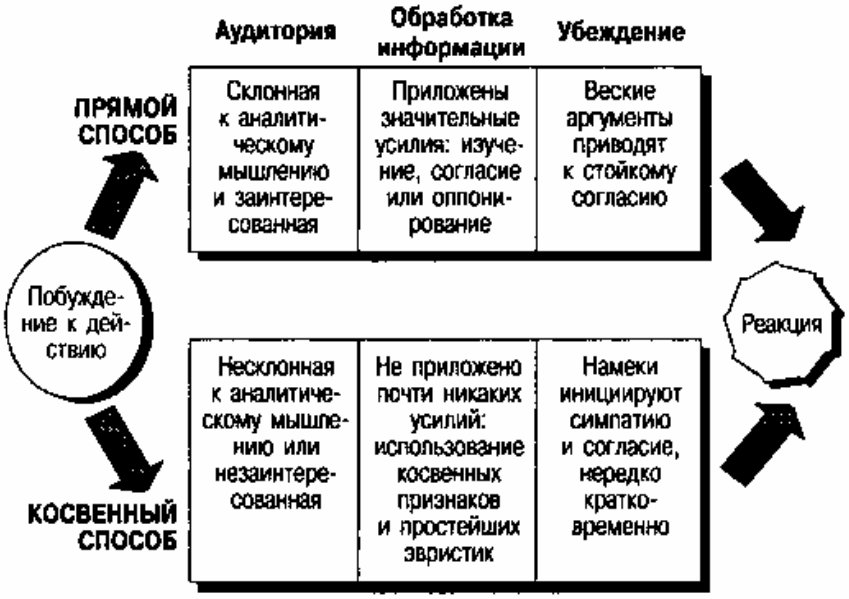


Рис. 7.2. Прямой и косвенный способы убеждения. Создатели рекламных сообщений, размещаемых в Интернете, как правило, ориентируются на прямой способ убеждения, так как считают, что их аудитория склонна к системному сравнению характеристик товаров и их цен. Производители безалкогольных напитков рассчитывают на косвенный способ и стремятся лишь к тому, чтобы их товары ассоциировались с роскошью, удовольствием и хорошим настроением

Резюме

Иногда убеждение возникает в результате того, что люди вникают в аргументы и, поразмыслив

над ними, выражают свое согласие. Подобный «системный», или «прямой», способ убеждения возможен только в том случае, когда аудитория — люди, привыкшие мыслить аналитически или заинтересованные в том, в чем их хотят убедить. Если же «побуждающая информация» не вызывает глубоких размышлений, реализуется более быстрый, «косвенный», способ убеждения: люди делают поспешные выводы, используя для этого эвристику или второстепенные признаки полученной информации. Поскольку прямой способ убеждения требует серьезных размышлений и более «основателен», у него больше шансов вызывать устойчивые изменения в установках и повлиять на поведение.

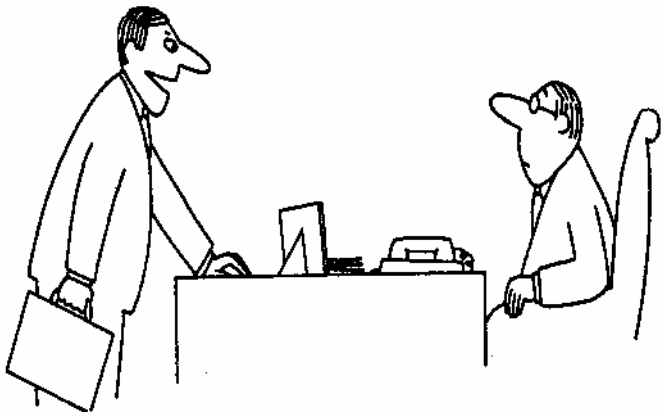
Слагаемые убеждения

К числу наиболее важных составляющих убеждения, изученных социальными психологами, относятся: 1) «коммуникатор»; 2) сообщение; 3) способ передачи сообщения; 4) аудитория. Иными словами — кто говорит, что, каким образом и кому. Как эти факторы влияют на способ убеждения, которым мы предпочтем воспользоваться?

Кто передает сообщение? Коммуникатор

Представьте себе следующую сцену. Некий господин по фамилии Райт, американец средних лет, смотрит вечерние телевизионные новости. В самом начале передачи на экране возникает небольшая группа радикалов, сжигающих американский флаг. Одновременно один из них кричит в мегафон, что в какой бы стране правительство ни начало подавлять народ, «народ вправе потребовать, чтобы оно изменило свою политику, или свергнуть его!.. Свергнуть такое правительство — право народа! Это его долг!». Разозлившись, мистер Райт говорит жене: «Меня тошнит от этих коммунистических воплей». Следующий сюжет — кандидат на пост президента выступает перед собравшимися на митинг противниками налоговой политики: «Экономия должна стать основным принципом деятельности правительства. Все государственные чиновники должны усвоить, что коррупция и расточительность — преступления, заслуживающие суровых наказаний». Мистер Райт не скрывает своего удовлетворения: «Вот это то, что нам надо. Этот парень молодец, он мне нравится», — говорит он, улыбаясь.

А теперь «развернем ситуацию» на 180 градусов и представим себе, что мистер Райт слышит революционные слова о «праве и долге народа» в торжественной обстановке 4 июля, в очередную годовщину принятия Декларации Независимости, откуда они взяты, а слова об экономии — из уст коммунистического лидера, читающего *«Цитатник»* председателя Мао Цзэдуна (они взяты именно оттуда). Как он прореагирует на этот раз? Так же или по-другому?



(— Если вам кажется, мистер Боллинг, что я слишком возбужден, то это только потому, что я могу сделать вас богатым человеком!)

Эффективный коммуникатор знает, как нужно преподнести сообщение, чтобы оно было результативным

Социальные психологи доказали, что восприятие информации зависит от того, кто ее сообщает.

В одном эксперименте, по ходу которого лидеры социалистов и либералов отстаивали в парламенте Нидерландов одну и ту же позицию, используя одни и те же слова, каждый из них добился наибольшего успеха у членов своей партии (Wiegman, 1985). Важна не только информация, но и то, от кого она исходит. Что позволяет одному коммуникатору быть более эффективным, чем другой?

Доверие к источнику информации

Каждый из нас больше поверит сообщению о пользе того или иного физического упражнения, если оно будет опубликовано в одном из изданий Национальной академии наук, а не в бульварной газете. Однако влияние фактора **доверия** (восприятие источника информации в качестве компетентного и надежного) примерно через месяц снижается. Если сообщение заслуживающего доверия человека убедительно, то по мере того как сам источник информации забывается или связь «источник — информация» размывается, его влияние может сойти на нет, а влияние человека, не заслуживающего доверия, по тем же самым причинам может со временем укрепиться (если люди лучше помнят само сообщение, а не причину, по которой сначала недооценили его) (Cook & Flay, 1978; Pratkanis et al., 1988). Подобное запаздывающее убеждение, начинающее действовать после того, как люди забыли об источнике информации или об его связи с полученной информацией, называется **эффектом спящего**.

Воспринимаемая компетентность. Как становятся «экспертами»? Один способ заключается в том, чтобы начать высказывать суждения, с которыми согласны слушатели, и тем самым завоевать репутацию умного человека. Второй — быть представленным в качестве специалиста в данной области. Информация о том, как нужно чистить зубы, полученная от «доктора Джеймса Рандла, члена Канадской стоматологической ассоциации», значительно более убедительна, нежели та же самая информация, полученная от «Джеймса Рандла, ученика местной средней школы, выполнившего вместе со своими одноклассниками проект, тема которого — гигиена полости рта» (Olson & Cal, 1984). Посвятив более 10 лет изучению потребления марихуаны учениками средних школ, ученые из Мичиганского университета пришли к выводу о том, что в 1960-х и 1970-х гг. запугивающие сведения, полученные из не заслуживающих доверия источников, не оказали никакого влияния на уровень употребления этого наркотика (Bachman et al., 1988). Однако результаты научного изучения биологических и психологических последствий длительного употребления марихуаны, выполненного уважаемыми учеными, «способны сыграть важную роль в снижении... уровня наркомании».

Еще один способ прослыть заслуживающим доверия — говорить уверенно. Бонни Эриксон и ее коллеги, попросившие студентов Университета Северной Каролины оценить свидетельские показания, одно из которых подано безапелляционно, а второе — с некоторыми сомнениями, приводят следующий пример (Erickson et al., 1978).

«*Вопрос.* Как долго вам пришлось ждать приезда «Скорой»?

Решительный ответ. Двадцать минут. За это время мы успели оказать миссис Дэвид первую помощь.

Неуверенный ответ. Кажется... Э... Минут двадцать. Видите ли, мы успели оказать моей подруге, миссис Дэвис, первую помощь.»

Студенты сочли, что решительный свидетель производит впечатление более знающего человека и заслуживает большего доверия.

Воспринимаемая надежность. От манеры коммуникатора разговаривать зависит и то, воспринимается ли он как человек, заслуживающий доверия, или нет. Когда свидетели, отвечая в суде на вопросы, смотрят в глаза тому, кто их задает, а не вниз, они производят впечатление людей, которым можно доверять (Hemsley & Doob, 1978).

<Верь знающему. *Вергилий*, Энеида>

Люди больше доверяют коммуникатору, когда уверены, что у него нет намерения убедить их в чем-либо. В экспериментальном варианте того, что позднее вошло в практику телевизионной рекламы как метод «скрытой камеры», студенты Стэнфордского университета «подслушивали» разговоры аспирантов (Hatfield & Festinger, 1962). (На самом деле они слушали разговоры, записанные на магнитофонную ленту.) В тех случаях, когда тема разговора интересовала студентов (например, если она касалась правил проживания в кампусе), большее влияние на них оказывали собеседники, якобы не подозревавшие о том, что их «подслушивают», чем те, кто упоминал в разговоре, что догадываются о

подслушивании. В самом деле, если люди не знают, что их подслушивают, почему бы им не быть совершенно откровенными?

Правдивыми нам кажутся и те люди, которые защищают то, что идет вразрез с их личными интересами. Элис Игли, Венди Вуд и Шелли Чейкен познакомили студентов с текстом речи, направленной против некой компании, загрязняющей реку (Eagly, Wood & Chaiken, 1978). Если они говорили, что речь была произнесена политиком, представляющим интересы бизнесменов, или была прочитана перед сторонниками этой компании, она воспринималась студентами как непредвзятая и убедительная. Когда же авторство той же самой направленной против бизнеса речи приписывалось политику, поддерживающему экологов, и говорилось, что его слушателями были экологи, студенты могли приписать аргументацию оратора его личной предвзятости или составу аудитории. Если люди демонстрируют готовность пожертвовать собственным благополучием во имя убеждений подобно тому, как это сделали Ганди, Мартин Лютер Кинг-младший и другие великие люди, окружающие перестают сомневаться в их искренности.

Все эти эксперименты свидетельствуют о важности атрибуции. Чему мы приписываем позицию коммуникатора — его предвзятости и эгоистическим мотивам или приверженности истине? По данным Вуда и Игли, если защита оратором той или иной позиции является для аудитории неожиданностью, вероятность того, что содержащееся в ней сообщение будет воспринято как неопровержимое доказательство, а его речь окажется убедительной, возрастает (Wood & Eagley, 1981). Аргументы в пользу щедрых компенсаций тем, кому был причинен физический и моральный ущерб, оказываются наиболее убедительными в случае, когда они исходят от скряги типа Скруджа. [Эбинизер Скрудж — персонаж повести Ч. Диккенса «Рождественская песнь в прозе», мизантроп, которому была неведома щедрость. — *Примеч. перев.*] Аргументы в пользу скромных компенсаций оказываются наиболее действенными, если их выдвигает человек, доброта и великодушие которого всем известны.

Норман Миллер и его коллеги из Университета Южной Каролины установили, что доверие к коммуникатору и убежденность в его искренности возрастают, если он говорит быстро (Miller et al., 1976). Участники экспериментов, которые прослушивали записанные на магнитофонную пленку сообщения о «вреде кофе» «ораторов», произносивших около 190 слов в минуту, признавали их более объективными, интеллигентными и знающими, чем тех, кто произносил не более 110 слов. Испытуемые также считали, что «быстроговорящие» коммуникаторы более убедительны.

Однако можно ли объяснить эти результаты одной лишь скоростью? Или дело не в самой быстрой речи, а в том, что сопутствует ей, например в громкости или в высоте звуков? Чтобы ответить на этот вопрос, маркетолог Джеймс Мак-Лахлан сжал с помощью электроники радио- и телевизионные рекламные ролики, не изменяя ни модуляций голоса «оратора», ни громкости, ни высоты звуков. (Из всех фрагментов речи он изымал незначительные « пассажи», продолжительность которых не превышала одной пятидесятой секунды.) Изучался именно фактор скорости. Ускорение реклам на 25% никак не сказывалось на их понимании, но слушатели оценивали «оратора» как более знающего, интеллигентного и искреннего, а саму рекламу признавали более интересной. На самом деле, чтобы понимание речи, произнесенной со скоростью 150 слов в минуту, резко снизилось, ее нужно ускорить почти в 2 раза (Foulke & Sticht, 1969). Джон Ф. Кеннеди, блестяще владевший искусством публичных выступлений, иногда буквально «выпаливал» слова со скоростью, приближавшейся к 300 словам в минуту.

В отличие от корейцев американцы считают быструю речь признаком силы и компетентности человека (Peng et al., 1993). Хотя быстрая речь и лишает слушателей возможности найти собственные аргументы в поддержку того, о чем говорит оратор, она также исключает и всякую возможность появления у них контраргументов (Smith & Schaffer, 1991). Когда рекламодатель «атакует» вас на скорости 70 миль в час, трудно контратаковать на такой же скорости!

Очевидно, что большинство телевизионных реклам сделаны с расчетом на то, чтобы зрители сочли коммуникатора и компетентным, и заслуживающим доверия. Чтобы привлечь внимание к своим обезболивающим препаратам, фармацевтические компании прибегают к услугам коммуникаторов, облаченных в белые лабораторные халаты и уверенно сообщающих о том, что большинство докторов одобряют основной ингредиент их препарата (разумеется, основной ингредиент — аспирин). При наличии подобных косвенных способов формирования убеждений многие зрители, не обременяющие себя детальным анализом доказательств, могут автоматически сделать вывод о ценности лекарства.

Однако не все рекламодатели полагаются на принцип надежности коммуникатора. Разве корпорация *Nike* заплатила Тайгеру Вудсу $100 миллионов за появление в своих рекламах в первую очередь потому, что он — большой знаток спортивной формы?

Привлекательность

Большинство людей отрицают тот факт, что мнение знаменитостей из мира спорта и искусства влияет на них. Большинству известно, что звезды редко осведомлены о том продукте, который рекламируют. Кроме того, мы знаем, что нас хотят убедить: мы не случайно подслушали рассуждения Тайгера Вудса об одежде или о машинах; все эти усилия были предприняты специально. Создатели подобных реклам полагаются на другие качества эффективных коммуникаторов — на их внешнюю привлекательность. Хоть мы и думаем, что ни привлекательная внешность, ни приятные манеры не оказывают на нас никакого влияния, исследователи доказали, что это не так. Симпатия, которую мы испытываем к таким коммуникаторам, может либо сделать нас доступными воздействию их аргументов (прямой способ убеждения), либо «запустить механизм» позитивных ассоциаций, когда мы спустя какое-то время увидим в продаже то, что они рекламировали (косвенный способ убеждения).

Термином **привлекательность** обозначается несколько качеств. Одним из них является *физическая привлекательность*. Аргументация, особенно эмоциональная, иногда оказывается более убедительной, если мы слышим ее из уст красивых людей (Chaiken, 1970; Dion & Stein, 1978; Pallak et al., 1983). Другое качество — *сходство с нами*. Мы склонны симпатизировать тем, кто похож на нас (подробнее об этом см. главу 11). Кроме того, мы подвержены их влиянию. Теодор Демброски, Томас Ласатер и Альберт Рамирез предложили афроамериканцам, ученикам средней школы, посмотреть видеоклип о том, как правильно чистить зубы (Dembroski, Lasater & Ramirez, 1978). Когда на следующий день стоматолог стал оценивать состояние их зубов, то выяснилось, что они были чище у тех, кто накануне смотрел обращение чернокожего врача. Как правило, люди лучше реагируют на информацию, которая исходит от человека, принадлежащего к той же группе, что и они сами (Van Knippenberg & Wilke, 1992; Wilder, 1990).

Можно ли сказать, что сходство важнее надежности? Иногда — да, иногда — нет. По данным Тимоти Брока, для покупателя в магазине красок мнение обывателя, недавно купившего столько же краски, сколько собирается купить он сам, важнее мнения специалиста, купившего тогда же в 20 раз больше (Brock, 1965). Но вспомните, что, когда речь шла о гигиене полости рта, мнение члена Ассоциации стоматологов (непохожего на тех, к кому он обращался, но специалиста) оказало на школьников большее влияние, чем мнение их товарища (похожего на них, но не специалиста).

<Нет аргумента сильнее истины. *Софокл*, Федра, 496-406 гг. до н. э.>

{Такие привлекательные коммуникаторы, как Тайгер Вудс, рекламирующий продукцию корпорации Nike, нередко «запускают в действие» механизм косвенного убеждения. Мы ассоциируем сообщения или товары, рекламируемые такими коммуникаторами, с добрыми чувствами, которые мы испытываем к ним самим, а потому верим, что они говорят правду}

Сталкиваясь с такими на первый взгляд противоречивыми данными, исследователи начинают рассуждать, как детективы. Они предполагают, что «работает» еще какой-то не выявленный ими фактор *X*: если он присутствует, важнее сходство, если отсутствует — важнее надежность. По мнению Джорджа Геталса и Эрика Нелсона, таким фактором *X* является существо темы, т. е. идет ли речь о *субъективных предпочтениях* или об *объективной реальности* (Goethals & Nelson, 1973). Когда выбор касается личных нравственных ценностей, вкуса или образа жизни, наиболее влиятельными оказываются коммуникаторы, *принадлежащие к той же группе*. Но в том, что касается суждений о фактах (Правда ли, что в Сиднее выпадает меньше осадков, чем в Лондоне?), подтверждение вашего мнения, полученное от того, кто *непохож* на вас, более ценно с точки зрения вашей уверенности в себе. Непохожий на вас человек (если он к тому же еще и специалист в данной области) становится источником независимого суждения.

Что сообщается? Содержание сообщения

Значение имеет не только личность и манера оратора, но и то, *что именно* он говорит. Если вам

предстоит помочь организовать кампанию в поддержку школьных налогов, по сбору средств в пользу голодающих в странах третьего мира или против курения, вам придется задуматься о том, каким должен быть ваш призыв, чтобы можно было рассчитывать на прямой способ убеждения. Здравый смысл позволяет найти аргументы в пользу обоих возможных ответов на следующие вопросы.

— Какое сообщение наиболее убедительно — то, что базируется исключительно на логике, или то, что обращено к чувствам?

— В каком случае мнение аудитории изменится более заметно — если вы станете пропагандировать взгляды, лишь незначительно отличающиеся от тех, что разделяют ваши слушатели, или если вы представите радикальную позицию?

— Должны ли вы излагать только собственную точку зрения или следует признать существование противоположных взглядов и попытаться опровергнуть их?

— Если аудитории предстоит выслушать ораторов, представляющих разные позиции, как бывает, например, на городских митингах, что выгоднее — выступать первым или последним?

Рассмотрим все вопросы по порядку.

Логика или чувства?

Предположим, что вы проводите кампанию по сбору средств в пользу голодающих в странах третьего мира. Следует ли вам для того, чтобы добиться оптимального результата, изложить свои аргументы строго по пунктам, один за другим, подкрепив их впечатляющими статистическими данными? Или лучше обратиться к чувствам слушателей и рассказать им подлинную историю о голодающем ребенке? Конечно, любой аргумент может быть одновременно и логичным, и эмоциональным. Вы можете соединить логику и страсть. И все же: что воздействует на аудиторию сильнее — доводы рассудка или эмоции? Прав ли был шекспировский Лизандр [Один из персонажей комедии «Сон в летнюю ночь». — *Примеч. перев.*], сказавший, что «у рассудка воля в подчиненьи»? [Перевод Т. Л. Щепкиной-Куперник. — *Примеч. перев.*] Или бо́льшую мудрость проявит тот, кто последует совету лорда Честерфилда: «Обращайтесь в первую очередь к чувствам, к сердцу и к человеческим слабостям и лишь в крайнем случае — к разуму»?

Ответ таков: все зависит от аудитории. Образованные или обладающие аналитическим умом люди скорее откликаются на доводы рассудка, нежели менее просвещенные или менее склонные к аналитическому мышлению (Cacioppo et al., 1983, 1996; Hovland et al., 1949). Прямой способ убеждения наиболее эффективен в размышляющей, заинтересованной аудитории, именно она лучше, чем какая бы то ни было другая, воспринимает логически обоснованную аргументацию. В безучастной аудитории уместнее ориентироваться на косвенный способ; для нее большее значение имеет симпатия или антипатия к оратору (Chaiken, 1980; Petty et al., 1981).

<В конечном счете мнение определяет не интеллект, а чувства. *Герберт Спенсер*, Социальная статика, 1851>

Если судить по результатам опросов, проводимых перед президентскими выборами, многие избиратели равнодушны к ним. Предпочтения американских избирателей оказывались более прогнозируемыми не тогда, когда их спрашивали о личностных качествах кандидатов и об их вероятных действиях, а в тех случаях, когда интервьюеры интересовались их эмоциями, связанными с кандидатами (например, спрашивали, вызывал ли у них Рональд Рейган когда-либо эмоциональный подъем, ощущение счастья) (Abelson et al., 1982). Важно также и то, как были сформированы установки людей. Результаты некоторых исследований позволяют говорить о том, что если изначальные установки сформировались преимущественно под влиянием эмоций, то и в дальнейшем они изменяются преимущественно под их воздействием; установки, сформировавшиеся в ответ на логическую аргументацию, изменятся тоже в основном под ее влиянием (Edwards, 1990; Fabrigar & Petty, 1999).

Влияние хорошего настроения. Большей силой убеждения обладают те сообщения, которые ассоциируется с позитивными чувствами. Установлено, что среди испытуемых — студентов Йельского университета, — которые ели во время чтения, оказалось больше поддавшихся влиянию того, о чем они читали, чем среди тех, кто был лишен возможности во время чтения наслаждаться пепси и арахисом (рис. 7.3) (Irving, 1965; Dabbs & Janis , 1965). Аналогичные результаты были получены Марком Галицио и Клайдом Хендриком в результате наблюдений над студентами Университета графства Кент:

оказалось, что народные песни лучше ими воспринимаются, если исполняются под ласкающий слух аккомпанемент гитары, чем в отсутствие музыкального сопровождения (Galizio & Hendrick, 1972). Те, кто любит проводить деловые встречи за ланчем в шикарной обстановке с негромко звучащей музыкой, могут отпраздновать эти результаты.

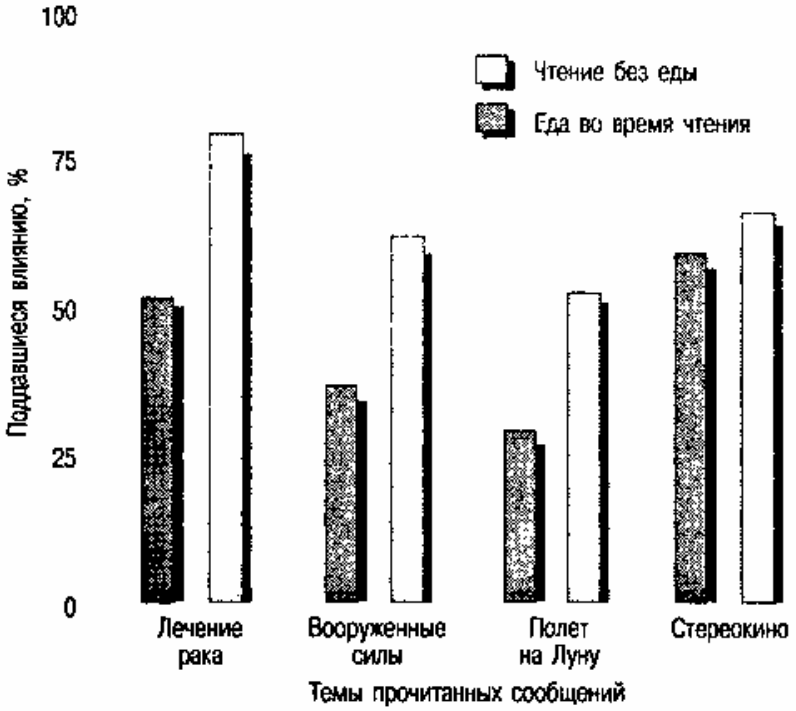


Рис. 7.3. Для испытуемых, которым можно было есть во время чтения, сообщения оказались более убедительными, чем для тех, которые не ели. (*Источник*: Janis, Kaye & Kirschner, 1965)

Хорошее настроение нередко благоприятствует убеждению: отчасти потому, что оно способствует позитивному мышлению (если у людей есть основания задуматься над информацией), а отчасти потому, что возникает связь между хорошим настроением и сообщением (Petty et al., 1993). Как уже отмечалось в главе 3, люди, пребывающие в добром расположении духа, склонны смотреть на мир сквозь розовые очки. Они также принимают более поспешные, импульсивные решения; как правило, они больше полагаются на косвенные признаки информации (Bodenhausen, 1993; Schwarz et al., 1991). Несчастливые люди «более тяжелы на подъем», и поверхностная аргументация редко находит у них отклик. Следовательно, если у вас нет неопровержимых доказательств, вам остается только создать у слушателей хорошее настроение и понадеяться на то, что они благосклонно отнесутся к вашему сообщению, не слишком вникая в него.

<Результаты исследований, проведенных специалистами в области рекламы, в том числе и результаты изучения эффективности 168 телевизионных реклам (Agres, 1987), свидетельствуют, что наибольший отклик у аудитории находят те из них, которые сочетают аргументацию («С моющим средством *X* белое станет еще белее») с обращениями к эмоциям («Все разборчивые матери выбирают *Jif*!»).>

Эффект возбуждения страха. Эффективными могут быть и сообщения, вызывающие негативные эмоции. Убеждая людей бросить курить, чаще чистить зубы, делать прививки от столбняка или соблюдать правила дорожного движения, можно достичь определенного эффекта с помощью информации, возбуждающей страх (Muller & Johnson, 1990). Канадское правительство рассчитывает на то, что эффективность антиникотиновой кампании может быть увеличена, если на каждой пачке сигарет, помимо надписи, предупреждающей о вреде курения, будет каждый раз новый рисунок, информирующий о тех ужасных вещах, которые происходят с курильщиками (Newman, 2001). Однако до какой степени нужно запугивать? Следует ли слегка припугнуть, чтобы не довести людей до такого состояния, когда они вообще «отключатся» от вашего тягостного сообщения? Или их нужно не просто припугнуть, а напугать, что называется, до смерти? Результаты экспериментов, проведенных в

университетах штата Висконсин (Leventhal et al., 1970) и Алабама (Robberson & Rogers, 1988), свидетельствуют, что нередко чем более напуганы люди, тем активнее они реагируют.

(— Если бы присяжных поселили в более приличном отеле, я бы, наверное, здесь не сидел.)
Хорошее настроение помогает формированию позитивных установок

Эффективность сообщений, вселяющих страх, используется в рекламах, направленных против курения, вождения автомобиля в нетрезвом виде и рискованного сексуального поведения. Когда было установлено, что отношение к алкоголю французской молодежи заметно изменилось под влиянием внушавших страх плакатов (Levy-Leboyer, 1988), правительство страны включило подобную информацию в рекламу на государственном телеканале. Внушающая страх информация заставляет людей обращать больше внимания на свое здоровье: проходить маммографическое обследование, проводить определенные процедуры самообследования, направленные на раннее выявления рака груди, яичек или кожи. Сара Банк, Питер Саловей и их коллеги продемонстрировали группе женщин в возрасте от 40 до 66 лет, никогда не делавшим маммограммы, учебный фильм об этой процедуре (Bank, Salovey et al., 1995). Из тех, кто получил позитивно «окрашенное» сообщение (упор был сделан на то, что маммограмма, будучи средством ранней диагностики рака, может спасти жизнь), в течение 12 месяцев после просмотра только половина сделали маммограмму. Из тех же, кого напугали, сказав, что если они не пройдут обследование, то могут поплатиться за это жизнью, за тот же период времени прошли обследование две трети.

Однако в том, что касается таких мер предосторожности, как использование солнцезащитного крема, презервативов или полезной для здоровья пищи, сообщения, вселяющие страх, представляются менее эффективными. Посетители пляжей, которым напоминали о том, какую пользу приносят солнцезащитные кремы, были склонны как к покупке этого крема, так и к повторному использованию подходящего *SPF* крема в течение дня. Посетители же пляжей, получившие запугивающую информацию (им сказали, что пребывание на солнце без специального защитного крема может стать причиной рака кожи и преждевременной смерти), проявили значительно меньший интерес к использованию такого крема (Delweiter et al., 1999). Похоже, что призывы возбуждающей страх рекламы в большей степени способствуют тому, чтобы люди разобрались с положением дел (например, есть ли у них рак), чем тому, чтобы они принимали предупредительные меры.

Иными словами, «игра на страхе» не всегда придает сообщению б*о*льшую убедительность. Многие из тех, кто благодаря пропаганде боится ВИЧ-инфекции, не только *не* отказались от сексуальных контактов, но и не пользуются презервативами. Многие продолжают курить, хотя и боятся ранней смерти от болезней, вызываемых курением. Когда человека призывают бояться того, что доставляет ему удовольствие, результатом зачастую становится не изменение поведения, а протест.

Возможно, протест является следствием чрезмерного страха, вызванного запугивающим сообщением, в котором ничего не сказано о том, как избежать опасности (Leventhal, 1970; Rogers & Mewborn, 1976). Вселяющие страх сообщения более эффективны тогда, когда они не только пугают возможными и вероятными негативными последствиями определенного поведения, но и предлагают конкретное решение проблемы. Например, настораживающая врачебная информация о том, чем

рискуют люди с повышенным содержанием холестерина в крови, может подтолкнуть многих к отказу от жирной пищи и к «бесхолестериновой» диете (Millar & Millar, 1996).

Многие рекламы, цель которых — борьба с рискованным сексуальным поведением, одновременно и вселяют страх «СПИД убивает!», и предлагают стратегию защиты от него: воздержание, презервативы или стабильные сексуальные отношения с одним партнером. В 1980-е гг. страх перед ВИЧ-инфекцией на самом деле заставил многих мужчин изменить свое поведение. Из данных опроса 5000 гомосексуалистов следует, что вследствие вспыхнувшей эпидемии СПИДа в период между 1984 и 1986 г. количество воздерживающихся от сексуальных контактов и моногамных гомосексуалов возросло с 14 до 39% (Fineberg, 1988).

С тех пор число ВИЧ-инфицированных молодых мужчин сократилось (отчасти благодаря эффективной пропаганде среди гомосексуалистов), но зато увеличилось количество инфицированных молодых женщин. В 1993 г. молодых белых ВИЧ-инфицированных мужчин было в 2 раза меньше, чем в 1988 г., но зато возросло число заболевших чернокожих молодых женщин: их стало более чем на 60% больше (Rosenberg & Biggar, 1998). Следовательно, необходимо просвещать женщин, представителей национальных меньшинств и гетеросексуалов. Хотя среди гомосексуалистов, может быть, проще найти примеры заболевших, СПИД — такой недуг, который может поразить любого.

Болезни, картину которых нетрудно нарисовать себе, пугают больше, чем болезни, о которых обыватель имеет весьма смутное представление (Scherman et al., 1985; Smith & Shaffer, 2000). Это обстоятельство помогает понять причину неэффективности предостерегающих надписей на сигаретных пачках. В них, по выражению Тимоти Брока и Лауры Бреннон, «концентрация юридической лексики вызывает зевоту» (Brock & Brannon, 1991), и они вряд ли способны пробить брешь в визуальном образе, создаваемом рекламами. Если предостережения станут столь же выразительными и красочными, как сами рекламы, — цветные фотографии операций по поводу рака легких, — они одновременно станут и более эффективными с точки зрения изменения установок и намерений. Это особенно касается той рекламы, которая стремится привлечь к убеждающему образу, а не отвлечь от него, как это бывает, если образ сексуально окрашен (Frey & Eagly, 1993). Воистину, когда речь идет об убеждении, относящаяся к существу проблемы выразительная иллюстрация способна заменить тысячу слов.

Образная пропаганда нередко эксплуатирует различные страхи. *Der Stürmer* Штрейхера возбуждала страх перед евреями тысячами безосновательных рассказов про то, что они делают фарш из крыс, насилуют женщин нееврейского происхождения и хитростью лишают людей средств к существованию. Штрейхер, как и практически вся гитлеровская пропаганда, обращался к эмоциям немцев, а не к их разуму. В газете Штрейхера публиковались и четкие, конкретные рекомендации относительно того, как избежать «опасности»: перечислялись все возглавляемые евреями компании, чтобы читатель мог избежать контактов с ними, читателей призывали сообщать имена немцев, посещающих «еврейские» магазины и пользующихся услугами евреев-специалистов, а также составлять списки евреев, проживающих в их микрорайонах (Bytwerk & Brooks, 1980). Это была выразительная, хорошо запоминающаяся пропаганда.

Затем, после Холокоста, обнаружили уникальный дневник одной девочки, «всего лишь один дневник, но какой резонанс!» (Scherman, Beike & Ryalls, 1999). О злодеяниях нацистов написаны сотни томов. Однако этот «дневник одной девочки был переведен практически на все языки мира, а количество проданных экземпляров этой книги превышает количество всех проданных исторических трудов о фашистской оккупации вместе взятых. Этот дом [Дом Анны Франк] — самый посещаемый музей Амстердама, города с древнейшей историей и с огромным количеством музеев».

Расхождение во мнениях

Представьте себе такую картину: Ванда приезжает домой на весенние каникулы и решает заставить своего отца, тучного мужчину средних лет, последовать ее примеру и начать вести здоровый образ жизни. Ежедневно она пробегает не менее пяти миль, а ее отец говорит, что его любимый вид спорта — «упражнения с телевизионным пультом». Ванда размышляет: «Что я должна делать, чтобы заставить папу оторваться от дивана? Подвигнуть его на действия, не требующие большой нагрузки, например на ежедневную прогулку, или постараться вовлечь в его в занятия ритмической гимнастикой и бегом? Может быть, если я предложу ему регулярно выполнять физические упражнения, он пойдет на

компромисс и начнет делать хоть что-нибудь. А вдруг он скажет, что я — ненормальная, и все останется по-прежнему? »

Как и Ванде, социальным психологам приходится учитывать разные варианты. Расхождения во взглядах рождают дискомфорт, а дискомфорт подталкивает людей к изменению своих суждений (вспомните описанное в главе 4 влияние диссонанса). Исходя из этого можно предположить, что чем сильнее разногласие, тем заметнее будут перемены. Но ведь коммуникатору, сообщающему информацию, которая лишает душевного комфорта, может быть и отказано в доверии. Те, кто не согласен с выводами, сделанными ведущим теленовостей, считают последнего необъективным, неточным и не заслуживающим доверия. Люди более восприимчивы к выводам, «не превышающим их порога приемлемого» (Liberman & Chaiken, 1992; Zanna, 1993). Так что вполне возможен и обратный результат: чем заметнее расхождение во мнениях, тем *меньше* изменение.

Учитывая изложенное выше, Эллиот Аронсон, Джудит Тёрнер и Меррил Карлсмит пришли к выводу: *заслуживающий доверия коммуникатор*, т. е. такой источник информации, в котором трудно усомниться, защищая позицию, *сильно отличающуюся* от позиции реципиента, вызовет заметное изменение точки зрения последнего (Aronson, Turner & Carlsmith, 1963). Что верно, то верно: когда людям говорили, что поэму, которая им не понравилась, восхвалял сам Т. С. Элиот [Томас Стернс Элиот (1888-1965) — англо-американский поэт, лауреат Нобелевской премии (1948). — *Примеч. перев.*], изменение мнения было более заметным, чем когда им говорили, что он сказал о ней несколько лестных слов. Однако когда «роль критика поэмы исполняла Агнес Стернс, студентка Педагогического колледжа штата Массачусетс», ее похвала оказала на читателей не большее воздействие, чем несколько лестных слов Элиота. Следовательно, как показано на рис. 7.4, изменение точки зрения и степень доверия к источнику информации *взаимосвязаны*: чем выше доверие к коммуникатору, тем заметнее изменение мнения реципиента.

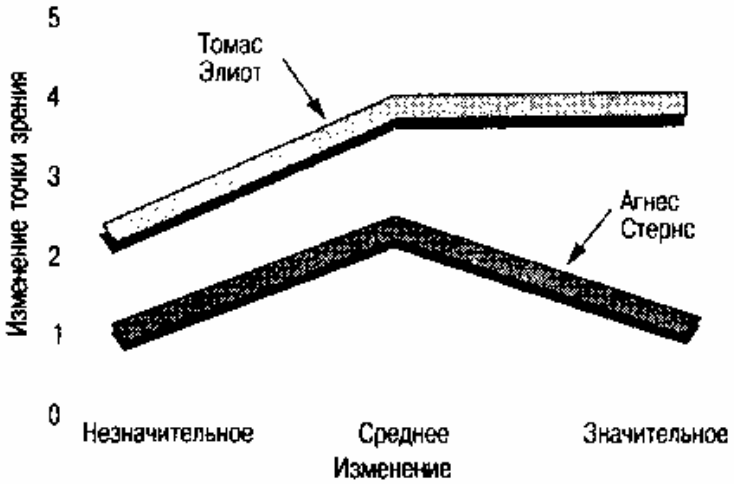


Рис. 7.4. Изменение точки зрения реципиентов зависит от степени доверия к коммуникатору. Если речь идет о защите какой-либо радикальной позиции, заметное изменение точки зрения реципиентов способен вызвать только коммуникатор, пользующийся безграничным доверием. (*Источник*: Aronson, Turner & Carlsmith, 1963)

<Если владеющие искусством пера в чем-то и согласны друг с другом, то только в одном: самый надежный способ привлечь и удержать внимание читателя заключается в том, чтобы писать конкретно, понятно и точно. *Уильям Странк* и *Э. Б. Уайт*, Слагаемые стиля, 1979>

А это значит, что ответ на вопрос Ванды, нужно ли ей защищать радикальную позицию, будет таким: все зависит от ситуации. Является ли Ванда для обожающего ее отца непререкаемым авторитетом, заслуживающим безусловного доверия? Если да, она должна подталкивать его к серьезным занятиям по оздоровительной программе. Если же нет, то Ванда поступит мудро, удовольствуясь более скромными требованиями.

Ответ зависит также и от того, насколько отец Ванды заинтересован в происходящем. Активные сторонники той или иной позиции склонны к восприятию лишь узкого диапазона мнений.

Незначительно отличающееся мнение может показаться им безрассудно радикальным, особенно если оно — скорее выражение противоположной точки зрения, чем «экстремальная версия» той позиции, которую они уже разделяют (Pallak et al., 1972; Petty & Cacioppo, 1979; Rhine & Severance, 1970). Если отец Ванды еще не думал о том, чтобы заняться физическими упражнениями, или если эта проблема его вообще не очень волнует, Ванда может занять более радикальную позицию, чем та, которую ей следует занять, если он уже твердо решил держаться подальше от всяких упражнений. Итак, *если вы пользуетесь доверием и ваша аудитория не слишком близко принимает к сердцу то, о чем вы намерены говорить, действуйте*: защищайте радикальные взгляды.

Нужно ли представлять аудитории противоположную точку зрения?

Коммуникаторам приходится решать еще одну практическую проблему: что делать с аргументами оппонентов? На этот вопрос, как и на предыдущий, здравый смысл не дает однозначного ответа. Предоставление контраргументов способно привести в замешательство слушателей и ослабить вашу собственную позицию. Но с другой стороны, если вы излагаете позицию оппонентов, ваша информация может предстать в более выгодном свете и будет воспринята как более честная и обезоруживающая.

После разгрома фашистской Германии во Второй мировой войне командование американской армии не хотело, чтобы солдаты расслаблялись и думали, будто предстоящая война с Японией — пустяк. И вот социальный психолог Карл Ховланд и его коллеги из Департамента информации и образования Министерства обороны США провели две радиопередачи, в которых утверждали, что война на Тихом океане продлится как минимум два года (Hovland, Lumsdaine & Sheffield, 1949). Одна из них была «односторонней»: в ней не были представлены аргументы оппонентов, в частности и такой, что воевать придется не с двумя противниками, а только с одним. Вторая передача была «двусторонней»: в ней прозвучали как аргументы оппонентов, так и ответы на них. Как показано на рис. 7.5, эффективность сообщения зависит от слушателя. «Односторонняя» передача произвела наибольшее впечатление на тех, кто уже и так придерживался этой точки зрения, а «двусторонняя» — на тех, кто был не согласен с ней.

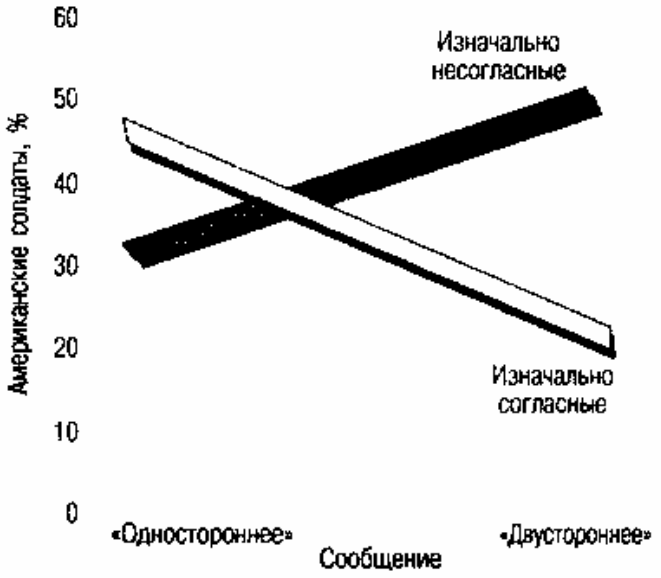


Рис. 7.5. Зависимость влияния информации, учитывающей мнение оппонентов и не учитывающей его, от изначального мнения слушателя. После победы над Германией во Второй мировой войне на американских солдат, сомневавшихся в мощи Японии, наибольшее воздействие оказало «двустороннее» сообщение, в котором излагались аргументы в поддержку этой позиции и против нее. Те же солдаты, которые считали войну с Японией серьезным испытанием, под влиянием «одностороннего» сообщения укрепились в своем мнении. (*Источник*: Hovland, Lumsdaine & Sheffield, 1949)

Результаты экспериментов, проведенных впоследствии, подтвердили следующее: если люди знакомы (или если их познакомят) с аргументами «против», «двусторонняя» информация более убедительна для них и ее воздействие дольше сохраняется (Jones & Brehm, 1970; Lumsdaine & Janis, 1953). В экспериментах, имитирующих судебное заседание, речь адвоката выглядит более убедительной, если он приведет аргументы в пользу виновности своего подзащитного раньше, чем это сделает прокурор (Williams et al., 1993). Очевидно, что «одностороннее» сообщение подталкивает информированную аудиторию к обдумыванию контраргументов, и у нее складывается мнение, что коммуникатор пристрастен. А это значит: политик, проводящий избирательную кампанию и выступающий перед политически грамотной аудиторией, поступит мудро, если приведет аргументацию оппонентов и ответит на нее. Итак, *если оппоненты либо присутствуют среди ваших слушателей, либо будут выступать после вас, предоставляйте аудитории «двустороннюю» информацию*.

Такое взаимодействие факторов обнаруживается во всех исследованиях убеждения. Возможно, нам бы хотелось, чтобы воздействие переменных на убеждение носило более простой характер. (Тогда и изучать эту главу было бы легче). Увы! Большинство независимых переменных «оказывают неоднозначное влияние: в одних случаях они благоприятствуют убеждению, в других — подрывают его» (Petty & Wegener, 1998). Всех нас, студентов, и ученых, привлекает «бритва Оккама» [Уильям Оккам (ок. 1285-1349) — английский философ, логик и церковно-политический писатель, представитель поздней схоластики. Первичным познанием, по Оккаму, является интуитивное, которое включает внешние восприятия и интроспекцию. Понятия, не сводимые к интуитивному знанию и не поддающиеся проверке в опыте, должны быть удалены из науки: «сущности не следует умножать без необходимости». Этот принцип получил название «бритва Оккама». — *Примеч. перев.*] — поиск простейших принципов объяснения. Но коль скоро человеческая жизнь сложна, наши принципы тоже не могут быть совсем уж простыми.

Какая информация убедительнее — та, которая получена первой или последней?

Представьте себе, что вы — консультант известного политика, которому предстоит дискутировать с другим не менее известным политиком. Тема дискуссии — договор об ограничении вооружения. До выборов остается три недели, и за это время каждый кандидат должен выступить в вечерней новостной программе с подготовленным заявлением. Бросают монетку — и ваш подопечный получает право выбора: он может выступать либо первым, либо последним. Зная, что в прошлом вы изучали психологию, вся команда ждет вашего совета.

Вы начинаете мысленно «сканировать» старые учебники и конспекты лекций. Не лучше ли выступать первым? Как люди истолковывают информацию, зависит от их предубеждений. Более того, если у человека уже сформировалось убеждение, его трудно переубедить, так что от первой речи зависит, как будет восприниматься и интерпретироваться вторая. К тому же наибольшее внимание может достаться тому, кто выступает первым. Но с другой стороны, лучше всего запоминается та информация, которая поступила последней. Что, если и на самом деле лучше выступать последним?

Первая часть ваших рассуждений прогнозирует общеизвестный эффект, а именно **эффект первичности**: наиболее убедительна та информация, которая получена первой. Первые впечатления *действительно* важны. Например, можете ли вы сказать, чем отличаются друг от друга такие описания:

— Джон умен, трудолюбив, импульсивен, критически настроен, упрям и завистлив;

— Джон завистлив, упрям, критически настроен, импульсивен, трудолюбив и умен.

Когда Соломон Аш предложил студентам Колледжа Нью-Йорк Сити прочитать эти характеристики, те из них, кто прочитал сначала первую, оценили Джона более позитивно, чем те, которые начали со второй (Asch, 1946). Похоже, что первая информация повлияла на их трактовку последующей информации, т. е. сработал эффект первичности. Аналогичные результаты были получены и в экспериментах, в которых испытуемые успешно справлялись с 50% заданий на догадливость. Испытуемые, правильно ответившие на первый вопрос, производили впечатление более способных, нежели те, кто сначала ошибался и лишь потом давал правильный ответ (Jones et al., 1968; Langer & Roth, 1975; McAndrew, 1981).

Проявляется ли эффект первичности в процессе убеждения так же, как и в процессе формирования суждений? Норман Миллер и Дональд Кэмпбелл познакомили студентов Университета

Северо-Запада с сокращенной стенограммой реального судебного процесса по гражданскому делу, собрав в один блок всю информацию, предоставленную обвинением, а в другой — информацию, предоставленную защитой (Miller & Campbell, 1959). Студенты читали и то и другое. Когда через неделю им нужно было высказать свое мнение, большинство приняли ту сторону, с чьей информации они начали знакомство с делом. Гэри Уэллс и его коллеги обнаружили тот же самый эффект, когда помещали первое выступление адвоката в разных местах стенограммы реального судебного процесса (Wells et al., 1985). Наиболее эффективным оно оказалось в том случае, когда *предшествовало* представлению обвинением своих доказательств.

<Оппоненты воображают, что опровергают нас, когда, игнорируя наше мнение, снова и снова твердят свое. *Гёте*, Максимы и размышления>

А что можно сказать о противоположной возможности? Все мы знаем пословицу «Хорошо смеется тот, кто смеется последним». Коль скоро мы лучше запоминаем последнюю по времени поступления к нам информацию, то существует ли то, что можно было бы назвать **«эффектом новизны»**? По собственному опыту (а также по данным экспериментов, посвященных изучению памяти) нам известно, что события сегодняшнего дня могут временно затмить важные события, имевшие место в прошлом. Чтобы проверить это, Миллер и Кэмпбелл сначала давали одной группе студентов прочитать информацию, предоставленную защитой, а второй группе — информацию, предоставленную обвинением. Спустя неделю исследователи предложили им прочитать второй «блок» и сразу же высказать свое мнение. Результаты были диаметрально противоположны тем, что были получены в первой части эксперимента, когда было доказано существование эффекта первичности: б*о*льшая часть того, что было прочитано неделю назад, выветрилась из памяти.

Забывание создает эффект новизны, если: 1) между двумя сообщениями проходит достаточно много времени; 2) аудитория должна действовать вскоре после второго сообщения. Если два сообщения следуют одно за другим без перерыва, после чего проходит какое-то время, скорее всего проявится эффект первичности (рис. 7.6). Это прежде всего относится к тем ситуациям, когда первое сообщение стимулирует активный мыслительный процесс (Haugtvedt & Wegener, 1994). Какой совет теперь дадите вы участнику предвыборных дебатов?

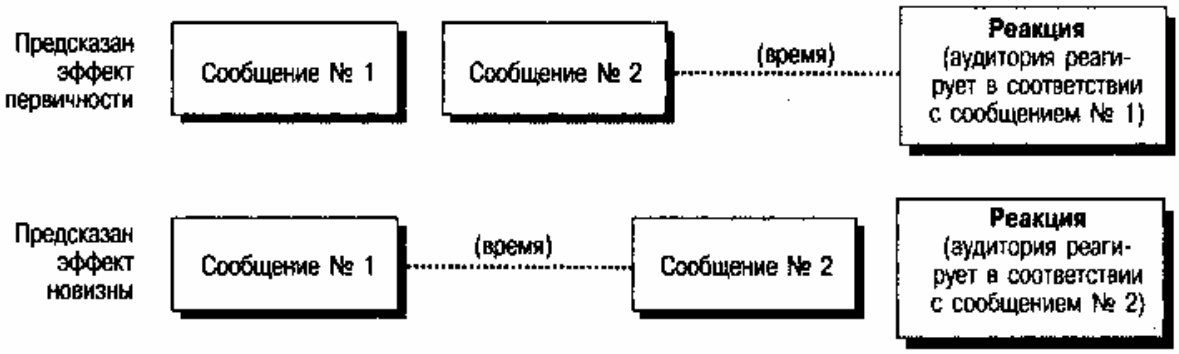


Рис. 7.6. Эффект первичности или эффект новизны? Если два убеждающих сообщения следуют непосредственно одно за другим, а аудитория должна отреагировать на них спустя некоторое время, преимущество на стороне первого сообщения (эффект первичности). Если между двумя сообщениями проходит какое-то время, а аудитория должна отреагировать на них вскоре после второго сообщения, преимущество на стороне второго сообщения (эффект новизны)

Как передается сообщение? Коммуникационный канал

Активный опыт или пассивное восприятие?

В главе 4 мы уже говорили, что нас формируют наши поступки. Действуя, мы развиваем мысль, направляющую это действие, особенно если чувствуем свою ответственность. Мы говорили также и о том, что установки, которые своими корнями уходят в наш собственный опыт, способны оказать на наше поведение более заметное влияние, нежели установки, усвоенные «из вторых рук». По сравнению

с пассивно усвоенными, установки, базирующиеся на опыте, более надежны, более стабильны и менее подвержены влияниям.

Тем не менее психология здравого смысла верит в силу печатного слова. Как мы стараемся привлечь студентов к участию в мероприятиях, которые проводятся в кампусе? Мы вывешиваем объявления. Как мы заставляем водителей сбрасывать скорость и смотреть на дорогу? Развешиваем плакаты «Будь осторожен за рулем!» Как мы пытаемся побудить студентов перестать мусорить в кампусе? Мы засоряем доску для объявлений призывами не сорить.

Можно ли сказать, что людей можно так просто убедить? Рассмотрим две попытки, предпринятые с благими намерениями. В Скриппс-колледже [Гуманитарный колледж для женщин, один из шести Клермонтских колледжей. — *Примеч. ред.*] (штат Калифорния) проводилась «Неделя борьбы за чистоту», и по всему кампусу были расклеены плакаты типа «Пусть наш кампус всегда будет прекрасен!», «Давайте перестанем мусорить!» и т. п. Листовки с аналогичными призывами студенты ежедневно находили и в своих почтовых ящиках. За день до того как должна была начаться «Неделя чистоты», социальный психолог Рэймонд Палуциан разбросал мусор возле урны, стоявшей на обочине оживленной пешеходной дорожки (Paloutzian, 1979). И, отойдя в сторону, стал наблюдать за прохожими. Никто из 180 прошедших мимо него человек ничего не подобрал. За день до окончания «Недели» он повторил эксперимент. Вы думаете, что прохожие, обгоняя друг друга, бежали к мусору, чтобы продемонстрировать свою готовность ответить на призывы? Ошибаетесь. Из 180 человек лишь двое подобрали то, что валялось на земле.

Может быть, устные призывы более убедительны? Совсем не обязательно. На тех из нас, кому приходится выступать публично, например на педагогов или разных «убеждающих», собственные слова производят такое «зачаровывающее» впечатление, что у нас появляется соблазн преувеличить их власть. Спросите студентов колледжей, что они считают наиболее ценным в своем студенческом опыте или чем запомнился им первый учебный год, и — как ни грустно мне писать об этом — лишь немногие припомнят блестящие лекции, хотя мы, факультетские профессора и преподаватели, помним, что такие лекции были.

Томас Кроуфорд и его коллеги, изучая влияние устного обращения, посещали дома прихожан 12 разных церквей незадолго до и вскоре после того, как они слушали проповедь, направленную против расовой нетерпимости и несправедливости (Crawford, 1974). Когда во время второго интервью их спрашивали, довелось ли им читать или слышать что-нибудь о расовых предрассудках и дискриминации после предыдущего интервью, лишь 10% без «наводящих вопросов» сами вспомнили о проповеди. Когда же у остальных 90% прямо спрашивали: «Говорил ли вам священник о предрассудках или о дискриминации в течение двух последних недель?», — более 30% утверждали, что не слышали подобной проповеди. Окончательный вывод: расовые установки прихожан после проповеди не изменились.

Если хорошенько вдуматься в этот результат, то станет понятно, что священнику нужно преодолеть немало препятствий. Ряд факторов, имеющих отношение к сообщению, — оратор, аудитория или способ коммуникации — делает их успешное преодоление более или менее вероятным. Как показано на рис. 7.1, оратор, если он намерен убедить слушателей в чем-либо, должен не просто привлечь их внимание, но и сделать так, чтобы сообщаемая им информация была понятной, убедительной, запоминающейся и неопровержимой. Тщательно продуманное сообщение должно принимать во внимание каждую из этих стадий процесса убеждения.

Однако пассивно воспринимаемые призывы не всегда бесполезны. Моя «придворная» аптека продает аспирин двух разных производителей, причем один очень активно рекламируется, а второй не рекламируется вовсе. Если не считать незначительного различия (одни таблетки чуть быстрее тают во рту), препараты абсолютно идентичны, и любой фармацевт подтвердит вам это. Аспирин есть аспирин. Наши тела не могут сказать, чем одна торговая марка отличается от другой. А вот кошельки могут: рекламируемый в 3 раза дороже нерекламируемого. Но благодаря рекламе миллионы людей покупают именно его.

Сигареты продаются тоже отчасти благодаря эффективной рекламе. Производители сигарет клянутся, что цель их реклам — убедить тех, кто уже курит, переключиться на другую марку, а не «вербовка» новых курильщиков. Однако они помогли расширить потребительский рынок. Начиная с 1880 г. результатом каждой из четырех рекламных кампаний сигарет стало увеличение количества

курильщиков в возрастной группе от 14 до 17 лет, причем именно среди представителей того пола, который был объектом рекламы (Pierce et al., 1994, 1995).

Если правда, что средства массовой информации обладают такой властью, могут ли они помочь богатому политику купить голоса избирателей? Джозеф Граш, проанализировав расходы всех кандидатов от демократической партии на президентских первичных выборах 1976 г., пришел к выводу о том, что больше голосов на всех выборах получают те кандидаты, которые тратят на избирательную кампанию больше денег (Grush, 1980). По мнению Граша, результатом всех затрат нередко становится превращение никому не известного кандидата в узнаваемого избирателями человека. (Этот вывод совпадает с результатами лабораторных экспериментов, свидетельствующих о том, что простая стимуляция порождает симпатию к стимулу. Подробнее об этом см. в главе 11.) Обращения кандидатов к избирателям выигрывают от повторения: повторяющаяся информация начинает казаться правдоподобной. Такие тривиальные сообщения, как «Ртуть кипит при более высокой температуре, чем медь», люди признают более достоверными, если уже слышали и оценивали их неделю назад. Подобные результаты исследователь Нэл Аркис называет «ужасающими» (Arkes, 1990). Манипуляторам от политики известно, что правдоподобная ложь способна подменить нелицеприятную правду. Часто повторяющиеся клише могут заслонить собой сложную реальность.

Будут ли средства массовой информации столь же эффективны и тогда, когда речь идет о знакомых кандидатах и о важных проблемах? Возможно, нет. Исследователи многократно доказывали, что политическая реклама мало влияет на установки избирателей в ходе президентских кампаний (хотя, конечно, и незначительное воздействие может повлиять на исход выборов, если они, что называется, «на носу») (Kinder & Sears, 1985; McGuire, 1986).

Коль скоро пассивно воспринимаемые призывы иногда бывают эффективны, а иногда — нет, возникает вопрос: нельзя ли заранее сказать, в каких именно случаях убеждающие призывы окажутся эффективными? Можно. Существует простое правило: *чем более важна и знакома тема, тем труднее люди поддаются убеждению*. Продемонстрировать влияние средств массовой информации на таких непринципиальных вопросах, как выбор аспирина, нетрудно. Что же касается более знакомых людям и важных для них тем, таких, например, как расовые установки в городах с напряженными отношениями между представителями разных национальностей, то убеждать людей в чем-либо ничуть не легче, чем толкать рояль в гору. Это не невозможно, но одним «рывком» в данном случае не обойтись.

Личный контакт с коммуникатором или средства массовой информации?

Результаты исследований убеждения показывают, что наибольшее влияние оказывают на нас не средства массовой информации, а контакты с людьми. Силу личного влияния подтверждают данные, полученные в ходе проведения двух полевых экспериментов. В середине XX в. Самюэль Элдерсвелд и Ричард Додж изучали влияние политической агитации на жителей города Анн-Арбор (штат Мичиган) (Eldersveld & Dodge, 1954). Авторы разделили всех избирателей, не собиравшихся голосовать за пересмотр хартии города, на три группы. В одной группе, которая «была отдана на откуп» средствам массовой информации, 19% изменили свое мнение и в день выборов проголосовали «за». Во второй группе, каждый член которой получил по почте четыре обращения, призывавших поддержать сторонников пересмотра хартии, «за» проголосовали 45%. Наибольшее количество проголосовавших «за» — 75% — оказалось в третьей группе, каждого члена которой навещал агитатор, призывавший к этому в личной в беседе с глазу на глаз.

<Исследование за исследованием подтверждает тот факт, что люди признают влияние средств массовой информации на установки. На установки окружающих, но не на их собственные. *Duck et al.*, 1995>

Второе полевое исследование выполнено группой ученых под руководством Джона Фаркуяра и Натана Маккоби (Farquhar & Maccoby, 1977; Maccoby & Alexander, 1980; Maccoby, 1980). Авторы задались целью снизить заболеваемость людей среднего возраста сердечно-сосудистыми болезнями и выбрали для этого три небольших города в Калифорнии. Чтобы оценить сравнительную эффективность личного влияния и влияния средств массовой информации, перед началом эксперимента они проинтервьюировали и обследовали в медицинских учреждениях 1200 человек; в дальнейшем интервью и обследования проводились в течение 3 лет в конце каждого года. Жители города Трейси не

подвергались никакой иной «обработке», кроме той, которая исходила от их традиционных средств информации. В Джилрое в течение 2 лет проводилась специальная кампания, в которой участвовали телевидение, радио и газеты; кроме того, жители получали по почте специальные листовки, в которых рассказывалось о том, что они могут сделать для снижения риска сердечно-сосудистых заболеваний. В Уотсонвилле аналогичная кампания в средствах массовой информации была дополнена личными контактами с двумя третями тех горожан, которые из-за своего артериального давления, веса и возраста оказались в группе повышенного риска. Используя принципы изменения поведения, исследователи помогали им определять конкретные цели и улучшать собственные достижения.

{Рекламные кампании производителей сигарет коррелировали с ростом числа курильщиков. Женщины-модели, которым предстоит сниматься в телевизионной рекламе 1950-х гг., овладевают искусством «правильно» затягиваться и выпускать дым}

Как следует из данных, представленных на рис. 7.7, положение жителей Трейси, входивших до начала эксперимента в группу риска, не изменилось и спустя год, два и три года после его начала. Жители Джилроя, входившие в группу риска, которых «обрабатывали» не только с помощью средств массовой информации, но и с помощью специальных обращений по почте, в известной мере избавились от вредных привычек, благодаря чему состояние их здоровья несколько улучшилось. Наибольшие изменения в лучшую сторону произошли с испытуемыми в Уотсонвилле, т. е. с теми, с кем проводились личные беседы.

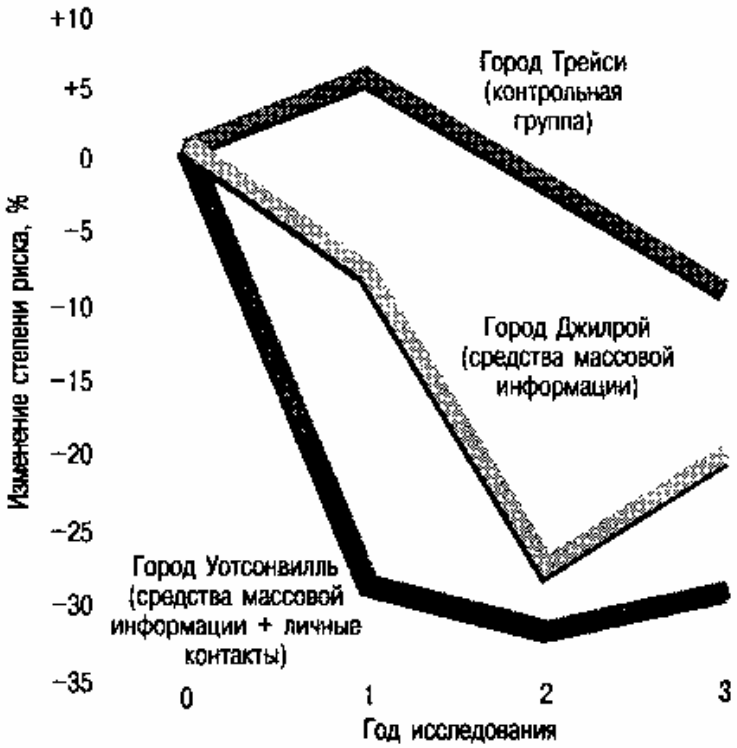


Рис. 7.7. Изменение степени риска сердечно-сосудистых заболеваний (по сравнению с базовым нулевым уровнем) спустя год, два и три года после начала пропаганды мер их профилактики. (*Источник*: Maccoby, 1980)

Известно ли вам из собственного опыта, сколь сильным может быть влияние личности? Большинство студентов колледжа, оглядываясь назад, признаются в том, что от своих друзей и от других студентов узнали больше, чем от профессоров или из книг. Исследования специалистов в области образования подтверждают интуитивный вывод студентов: возмужание студентов за время обучения в колледже во многом определяется их личными контактами вне его стен (Astin, 1972; Wilson et al., 1975).

Хотя личные контакты обычно оказывают более сильное влияние, чем средства массовой информации, не следует недооценивать последние. Ведь должны же люди, лично влияющие на наши мнения, откуда-то черпать свои идеи, и нередко таким источником оказываются именно средства

массовой информации. Известно, что в большинстве случаев средства массовой информации влияют на нас опосредованно: они влияют на тех, кто формирует массовое сознание, а те, в свою очередь, влияют на нас, обывателей, т. е. имеет место **двухступенчатый коммуникационный поток** (Katz, 1957). Если мне нужно составить представление о разном компьютерном оборудовании, я интересуюсь мнением сына, который б*о*льшую часть своих знаний получает из печати.

Двухступенчатый коммуникационный поток — упрощенная модель. Средства массовой информации оказывают на нас и непосредственное влияние. Но эта модель напоминает нам о том, что влияние средств массовой информации на культуру может быть и завуалированным. Даже если их непосредственное воздействие на установки людей и невелико, опосредованное влияние может быть тем не менее огромным. Даже тем редким детям, которые вырастают в семьях, где не смотрят телевизор, не удается избежать его влияния. Если только они не ведут отшельнический образ жизни, то на школьной площадке непременно окажутся вовлеченными в игры, имитирующие то, что было показано по телевизору. И будут просить родителей купить им такие же связанные с телепередачами игрушки, какие есть у их друзей. Они будут умолять родителей или требовать разрешить им смотреть любимые программы друзей. Разумеется, родители могут выключить телевизор, но «отключить» его влияние не в их власти.

Свалить в одну кучу все средства массовой информации — от рассылаемых по почте реклам до телевидения — значит тоже упростить проблему. Результаты сравнительного изучения разных средств массовой информации говорят: чем больше способ подачи информации похож на жизнь, тем убедительнее содержащееся в нем сообщение. По силе убедительности их можно выстроить так: жизнь, видеозапись, аудиозапись, напечатанный текст. Чтобы избежать излишнего упрощения, следует добавить, что мы лучше всего *понимаем* и *вспоминаем* печатную информацию. Понимание — одна из первых стадий процесса убеждения (вспомните рис. 7.1). Исходя из этого, Шелли Чейкен и Элис Игли пришли к следующему выводу: если содержание трудно для понимания, самым убедительным окажется печатное сообщение, потому что у читателей есть возможность разбираться в нем с такой скоростью, какая им доступна (Chaiken & Eagly, 1976). Исследователи предлагали студентам Массачусетского университета простые и сложные сообщения в форме текстов либо видео- или аудиозаписей. Результаты этого эксперимента представлены на рис. 7.8: сложные сообщения лучше понимались тогда, когда их можно было прочитать, а простые — когда их представляли на видео-пленке. Телевидение вынуждает зрителей воспринимать информацию с той скоростью, с которой она «поставляется»; кроме того, привлекая внимание людей не к сути сообщения, а к коммуникатору, оно подталкивает их к сосредоточенности на таких косвенных признаках, как привлекательность последнего (Chaiken & Eagly, 1983).

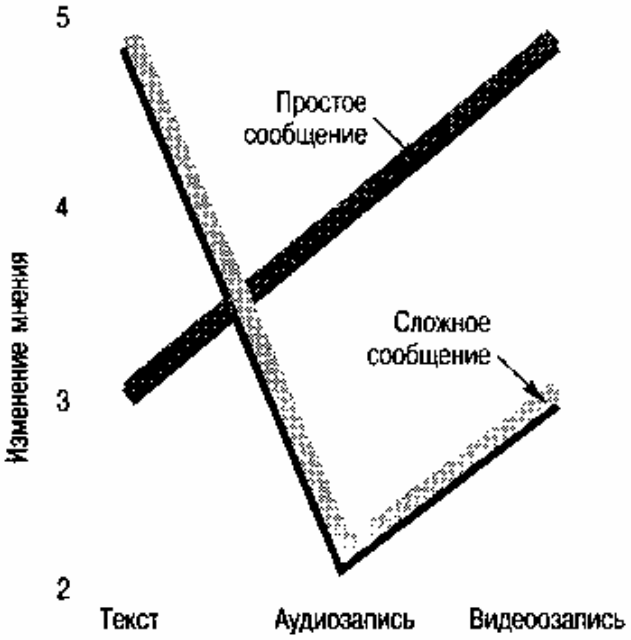


Рис. 7.8. Простые сообщения наиболее убедительны в форме видеозаписи, сложные — в

печатном виде. Следовательно, окажется ли средство массовой информации убедительным, зависит от того, соответствует ли оно по форме сложности содержания передаваемого сообщения. (*Источник*: Chaiken & Eagly, 1978)

Кому адресовано сообщение? Аудитория

Как уже отмечалось в главе 6, личностные качества людей не всегда позволяют точно предсказать их реакцию на социальное влияние. Какая-то конкретная черта может одновременно благоприятствовать одной стадии процесса убеждения и отрицательно влиять на другую (рис. 7.1). Возьмем для примера самооценку. Люди с низкой самооценкой нередко плохо понимают содержание сообщений, а потому трудно поддаются убеждению. Те же, чья самооценка высока, хоть и понимают, о чем им говорят, вполне могут остаться при своем мнении. Вывод: легче всего поддаются влиянию люди со средним уровнем самооценки (Rhodes & Wood, 1992).

Давайте также рассмотрим и две другие характеристики тех, кому адресовано сообщение: возраст и склонность к аналитическому мышлению.

Сколько им лет?

Как правило, социальные и политические взгляды людей разного возраста различны. Социальные психологи объясняют это двояко. Одно объяснение базируется на *жизненном цикле*: по мере того как люди стареют, их установки изменяются (например, становятся более консервативными). Другое — на *принадлежности к определенному поколению*: установки пожилых людей, сформировавшиеся во времена их молодости, остались преимущественно неизменными; поскольку эти установки отличаются от установок современной молодежи, разрыв между поколениями неизбежен.

Объяснение, основанное на принадлежности к определенному поколению, находит больше экспериментальных подтверждений. Результаты опросов молодых и пожилых людей, проводимые из года в год, свидетельствуют о том, что установки последних изменяются менее заметно, чем установки первых. По мнению Дэвида Сирза, «практически все без исключения экспериментальные данные свидетельствуют в пользу объяснения, основанного на принадлежности к определенному поколению» (Sears, 1979, 1986). Однако сравнительно недавно были получены данные, показывающие, что пожилые люди, приближающиеся к завершению жизненного цикла, могут стать более склонными к изменению установок, чем считали ранее (Visser & Krosnick, 1998). Они могут вновь стать восприимчивыми к влиянию отчасти потому, что их установки уже не так устойчивы, как были прежде.

Пожилые люди способны к пересмотру своих позиций; нынешние взгляды на расовые проблемы и на сексуальные отношения у большинства пятидесяти- и шестидесятилетних людей более либеральны, нежели те, что были у них 20 или 30 лет тому назад (Glenn, 1980, 1981). Лишь немногие из нас совершенно нечувствительны к влиянию изменяющихся культурных норм. Подростковый и ранний юношеский возраст — важные периоды с точки зрения формирования установок (Krosnick & Alwin, 1989); сформировавшиеся в это время установки имеют тенденцию оставаться неизменными и в более зрелые годы. А это значит, что молодым людям можно посоветовать быть осторожными в своем выборе, какому именно социальному влиянию подвергать себя — с кем дружить, каким средствам массовой информации отдавать предпочтение и исполнение каких ролей брать на себя.

Поразителен пример Беннингтонского колледжа (штат Вермонт). В конце 1930-х и в начале 1940-х гг. его студентки — девушки из привилегированных, консервативных семей — оказались в совершенно иной обстановке, созданной в колледже преподавателями и профессорами, которые придерживались либеральных взглядов. Один из этих профессоров, социальный психолог Теодор Ньюком, впоследствии отрицал, что колледж пытался превратить своих студенток в «настоящих либералок». Тем не менее произошло именно это. Взгляды студенток стали значительно более либеральными, чем были свойственны представителям той среды, из которой они вышли. Более того, установки, сформировавшиеся в колледже, сохранились на всю жизнь. Спустя полвека, на президентских выборах 1984 г., среди выпускниц Беннингтонского колледжа, которым было уже за семьдесят, оказалось в 3 раза больше проголосовавших за кандидата от демократической партии, чем отдавших свои голоса за республиканца (большинство их ровесниц, закончивших в свое время другие

колледжи, на тех же выборах проголосовали за кандидата-республиканца в соотношении 3:1) (Alwin et al., 1991). Взгляды, приобретенные в том возрасте, когда человек наиболее открыт влиянию, выстояли, несмотря на большой жизненный опыт.

Социальная психология в моей работе

Жизнь полна сюрпризов, а события порой приобретают совершенно неожиданный оборот. Изучая социальную психологию по этому учебнику, я и представить себе не могла, что в один прекрасный день мне доведется редактировать его. Работая в издательстве McGraw-Hill редактором психологической литературы, я нередко использую на практике некоторые принципы социальной психологии. Например, занимаясь поисками авторов и руководя их работой, я нередко вынуждена задавать вопросы, имеющие непосредственное отношение к этой главе: кто будет самым эффективным коммуникатором? Какое сообщение окажется наиболее эффективным? Каким образом — с помощью какого канала коммуникации — мы наилучшим образом достигнем стоящих перед нами целей? Кто наши читатели и какой способ обращения к ним даст наилучшие результаты?

Ребекка Хоуп, Southern Methodist University, 1991 г.

Подростковый и юношеский возраст определяет взгляды людей отчасти потому, что впечатления, приобретенные в этом возрасте, глубоки и незабываемы. Когда Говард Шуман и Жаклин Скотт попросили разных людей назвать одно или два события второй половины XX в., важные для страны или для мира, большинство вспомнили те события, которые по времени совпали с их отрочеством или ранней юностью (Schuman & Scott, 1989). Для тех, кто пережил Великую депрессию или Вторую мировую войну, воспоминания об этих событиях заслонили воспоминания о движении за гражданские права и об убийстве Кеннеди в начале 1960-х гг., о Вьетнамской войне и высадке астронавта на Луне в середине 1960-х, о феминистском движении 1970-х, т. е. обо всех тех событиях, которые произвели неизгладимое впечатление на людей, переживавших их в возрасте от 16 до 24 лет. Следовательно, можно ожидать, что сегодняшние молодые люди включат такие события, как появление Интернета и электронной почты, в число незабываемых поворотных моментов в истории человечества.

О чем они думают?

Для прямого способа убеждения решающее значение имеет не само сообщение как таковое, а те мысли, которые возникли у человека под его влиянием. Наш разум не похож на губку, которая впитывает в себя любую пролитую на нее жидкость. Если сообщение вызывает «лестные для него» мысли, оно убеждает, а если подталкивает к поиску контраргументов — нет.

Предупрежден — значит, вооружен: настолько ли проблема волнует вас, что вы готовы спорить? Что благоприятствует появлению контраргументов? Одним из таких факторов является предположение, что кто-то намерен убеждать нас. Если вам предстоит сообщить родителям, что вы хотите бросить школу, вы, скорее всего, представляете себе, что они станут умолять вас не делать этого. Значит, вы должны иметь наготове солидный перечень контраргументов, которые пустите в ход, когда они начнут перечислять причины, по которым вам не следует бросать школу. Джонатан Фридман и Дэвид Сирз продемонстрировали, насколько трудно убедить людей в подобных ситуациях (Freedman & Sears, 1965). Одну группу калифорнийских старшеклассников они предупредили о том, что им предстоит присутствовать на лекции «Почему не следует разрешать подросткам водить машину?», другую — нет. Предупрежденные ученики остались при своем мнении, непредупрежденные согласились с лектором.

Когда атакуются установки заинтересованных людей, необходима внезапность. Стоит предоставить таким слушателям несколько минут — и они готовы к защите (Chen et al., 1992; Petty & Cacioppo, 1977, 1979). Но когда люди считают обсуждаемую проблему неважной, эффективной может оказаться даже откровенная пропаганда. Станете ли вы утруждать себя поиском контраргументов, если речь идет о двух марках зубной пасты? Аналогичным образом, если во время разговора кто-то мимоходом поинтересуется: «Почему Сью была так резка с Марком?» — участники разговора нередко соглашаются с предпосылкой, т. е. считают, что Сью действительно была настроена враждебно (Swann,

Giuliano & Wegner, 1982).

<Быть предупрежденным, а потому вооруженным... в высшей степени разумно, если наше убеждение истинно; если же мы заблуждаемся, те же самые предостережение и вооружение будут способом — и это очевидно, — посредством которого наше заблуждение станет неисцелимым. *Л. Льюис*, Баламут провозглашает тост, 1965>

Отвлечение внимания лишает контраргументов. Вероятность вербального убеждения возрастает, если отвлечь внимание людей чем-либо ровно настолько, насколько нужно, чтобы помешать им собраться с мыслями и найти контраргументы (Festinger & Maccoby, 1964; Keating & Brock, 1974; Osterhause & Brock, 1970). К этой технике часто прибегают политические рекламы. Текст превозносит кандидата, а наше внимание настолько поглощено визуальными образами, что мы не анализируем слова. Отвлечение внимания особенно эффективно, когда сообщение простое (Harkins & Petty, 1981; Regan & Cheng, 1973).

Незаинтересованная аудитория использует косвенные признаки. Вспомните о том, что существуют два способа убеждения: прямой, опирающийся на системное мышление, и косвенный, основанный на эвристических признаках. Прямой способ убеждения подобен проезду по дороге, идущей через город, и так же, как он, предполагает периодические остановки, во время которых наше сознание анализирует аргументы и формулирует ответы. А косвенный способ убеждения можно сравнить с объездным шоссе без светофоров, по которому можно «с ветерком» домчаться до места назначения. Люди с аналитическим мышлением, т. е. с *высокой потребностью в когниции*, получают удовольствие от вдумчивых размышлений и предпочитают прямой способ (Cacioppo et al., 1996). Люди, склонные беречь свои «интеллектуальные ресурсы» и имеющие невысокую потребность в когниции, с готовностью откликаются на такие косвенные признаки, как привлекательная внешность коммуникатора и приятная обстановка.

Однако и содержание сообщения тоже важно. Все мы с готовностью бросаемся обсуждать волнующие нас проблемы и отделываемся скоропалительными суждениями в тех случаях, когда тема не имеет для нас большого значения (Johnson & Eagly, 1990). Поскольку над важной для нас проблемой мы думаем, наши установки определяются тем, насколько сильны аргументы и каковы наши собственные мысли (рис. 7.9, верхний график). Но если тема сообщения нас не волнует, такие косвенные признаки, как компетентность источника, оказывают более заметное влияние на наши установки, чем сила аргументов (рис. 7.9, нижний график).

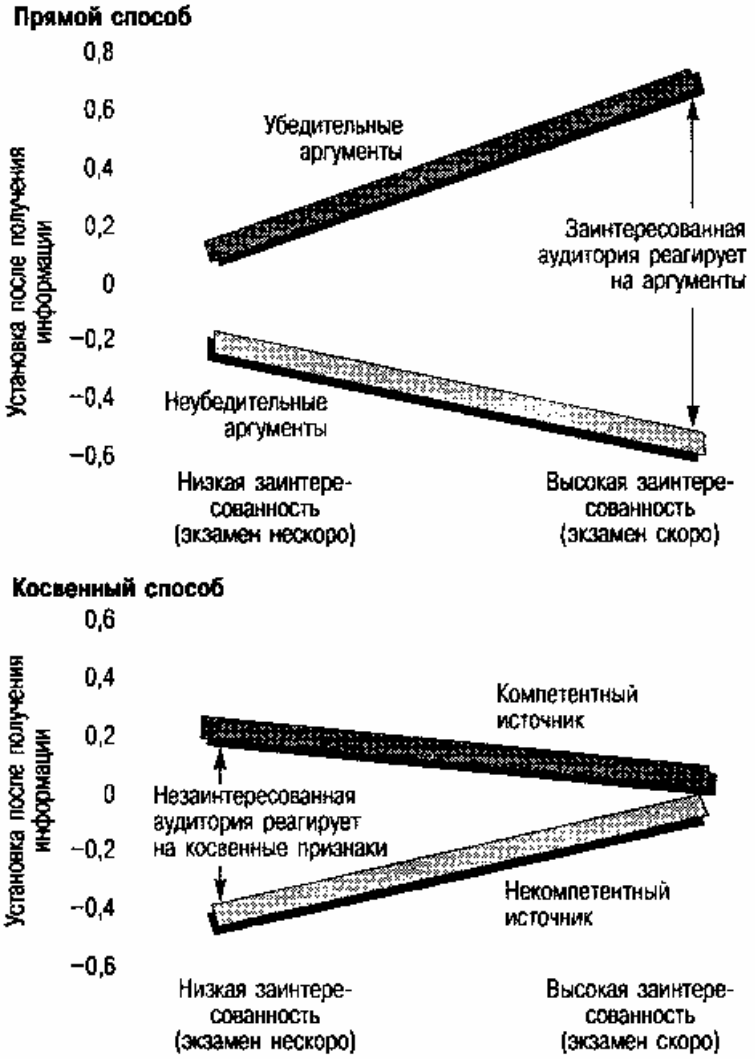


Рис. 7.9. Изменение установки: прямой и косвенный способы убеждения. *Прямой способ*: когда заинтересованные в этом вопросе студенты колледжа получили сообщение, обосновывающее необходимость сдачи факультетского экзамена до церемонии вручения диплома, они сочли слабую аргументацию неубедительной, а сильную — убедительной (верхняя прямая). *Косвенный способ*: когда аналогичную информацию сообщили незаинтересованной аудитории, — студентам было сказано, что изменения экзаменационной политики начнутся через десять лет, — качество аргументов не повлияло на изменение установки, зато на него повлиял авторитет источника информации. (*Источник*: R. E. Petty, T. J. Cacioppo & R. Goldman. «Personal Involvement as a Determinant of Argument-Based Persuasion», Journal of Personality and Social Psychology, 41, 1981, p. 847-855)

Теория, в основе которой лежит простая мысль о том, что *решающее значение имеют мысли, возникающие у нас в ответ на сообщение*, особенно если у нас есть основания обдумать его содержание и мы способны на это, помогает понять некоторые экспериментальные данные. Например, мы с большей готовностью склонны верить вызывающим доверие, квалифицированным коммуникаторам, если используем косвенный способ. Если мы верим источнику информации, то более благосклонно воспринимаем его слова и, как правило, не ищем контраргументов. Однако отсутствие доверия к коммуникатору заставляет нас обращаться к прямому способу. Поскольку мы тщательно обдумываем содержание его сообщения, то, скорее всего, в конце концов отвергнем его слабо аргументированную информацию (Priester & Petty, 1995). Возможно, именно этот продавец подержанных автомобилей и знает кое-что о машинах, но им традиционно принято не доверять, а никто не хочет быть дураком, которого можно обвести вокруг пальца! Поэтому мы, вероятно, отнесемся к его словам с меньшим доверием, чем отнеслись бы, окажись на его месте человек, вызывающий большее доверие.

На основании этой теории было сделано и немало прогнозов, большинство из которых были подтверждены экспериментально Петти, Качоппо и другими (Axsom et al., 1987; Harkins & Petty, 1987;

Leippe & Elkin, 1987). Многие исследователи изучали способы стимуляции мышления, используя для этого *риторические вопросы*, представляя *нескольких коммуникаторов* (например, вместо одного коммуникатора, высказывавшего три аргумента, выступали три коммуникатора, каждый из которых представлял один аргумент), используя *непринужденные позы* (ораторы сидели, а не стояли), *повторяя сообщение*, заставляя испытуемых *чувствовать ответственность* за оценку сообщения или за невнимание к нему и создавая условия для того, чтобы *внимание аудитории не рассеивалось*. Использование всех этих приемов позволило исследователям сделать следующий вывод: *стимуляция мышления делает хорошо аргументированные сообщения более убедительными, а слабо аргументированные* (благодаря более активному поиску контраргументов) — *менее убедительными*.

Теория имеет также и практическое значение. Эффективных коммуникаторов заботят не только их собственный имидж и сообщения, которые они делают, но и наиболее вероятная реакция аудитории, к которой они обращаются. Лучшие педагоги — это педагоги, которые вовлекают студентов в процесс активного мышления. Они задают риторические вопросы, приводят занимательные примеры и ставят студентов перед необходимостью решать сложные проблемы. Все эти приемы активизируют процесс, направляющий информацию таким образом, что «работает» прямой способ убеждения. У преподавателя, который не спешит «разжевать» материал и «вложить его в рот» ученикам, ученики сами имеют возможность обрабатывать информацию и «включать» прямой способ убеждения. Тот, кто размышляет над материалом и ищет аргументы, скорее всего, добьется лучших результатов.

В 1980 г., за несколько дней до завершения президентской избирательной кампании, проходившей в обстановке острого соперничества кандидатов, Рональд Рейган эффективно использовал риторические вопросы для того, чтобы направить мысли избирателей в нужное ему русло. Во время телевизионных дебатов его заключительное заявление начиналось с двух «сильнодействующих» риторических вопросов, которые он неоднократно повторял во время последней предвыборной недели: «Живете ли вы сейчас лучше, чем жили четыре года назад? Легче ли вам ходить в магазины за покупками, чем четыре года назад?» Большинство ответили отрицательно, и Рейган — отчасти благодаря тому, что он подтолкнул людей к использованию прямого способа, — выиграл, получив больше голосов избирателей, чем ожидалось.

Резюме

Что делает убеждение эффективным? Исследователи выявили четыре фактора: *коммуникатор, содержание сообщения, канал коммуникации* и *аудитория*.

Заслуживающие доверия коммуникаторы воспринимаются как специалисты, на мнение которых можно положиться. Люди, которые говорят уверенно, быстро и смотрят слушателям в глаза, воспринимаются последними как заслуживающие большего доверия. То же самое можно сказать и о коммуникаторах, защищающих ту или иную позицию, несмотря на то, что это противоречит их собственным интересам. Внешне привлекательный человек — эффективный коммуникатор в тех случаях, когда речь идет о проблемах, затрагивающих вкусы людей и их личные ценности.

Более убедительны те сообщения, которые ассоциируются с позитивными чувствами. Люди, пребывающие в хорошем настроении, чаще принимают импульсивные, менее обдуманные решения. Убедительными могут быть также и некоторые сообщения, вселяющие страх, ибо они выразительны и врезаются в память.

Насколько точка зрения, излагаемая в сообщении, может отличаться от уже сложившейся у аудитории, зависит от того, в какой мере коммуникатор пользуется доверием. Стоит ли коммуникатору излагать в своем сообщении точку зрения оппонентов или ограничиться изложением собственной позиции, зависит от подготовленности аудитории, ее отношения к содержанию сообщения и готовности выслушать контраргументы. Если аудитория уже согласна с коммуникатором, не осведомлена о контраргументах и вряд ли в будущем станет обдумывать их, наиболее эффективно одностороннее сообщение. Если речь идет об аудитории, которая или хорошо знает проблему, или не разделяет позиции коммуникатора, более эффективно двустороннее сообщение.

Если сообщение последовательно представляет две точки зрения, какая из них потенциально более убедительна — та, что излагается первой, или вторая? Большинство экспериментальных данных свидетельствуют в пользу *эффекта первичности*. Когда же между двумя презентациями проходит

какое-то время, влияние первой уменьшается; если решение принимается сразу после того, как будет представлена вторая точка зрения, которая свежа в памяти, более вероятно, что проявится *эффект новизны*.

Не менее важен и способ коммуникации. Средства массовой информации могут быть эффективными в тех случаях, когда речь идет о непринципиальном вопросе (например, о том, какую из двух марок аспирина нужно покупать) или о том, что неизвестно массовой аудитории (например, о выборе между двумя незнакомыми политиками).

И последнее. Важно также и то, кому адресовано сообщение. О чем думает аудитория, когда воспринимает его? Склоняется ли она в его пользу или обдумывает контраргументы? Имеет значение и возраст аудитории. Исследователям, регулярно проводящим опросы общественного мнения, известно, что установки молодых людей менее стабильны.

Примеры исследований в области убеждающего воздействия: как секты вербуют сторонников

Какие принципы убеждения и группового влияния используются новыми религиозными течениями («сектами»)?

22 марта 1997 г. Маршалл Херфф Эпплуайт и 37 его последователей решили, что пришло время покинуть свои тела — не более чем «контейнеры» — и перенестись на корабль инопланетян, следующий за кометой *Hale-Bopp* к вратам рая. Они приняли фенобарбитал, подмешав его в пудинг или в яблочный соус, которые запивали водкой, и надели на головы пластиковые мешки, чтобы задохнуться во сне. В тот же самый день в деревне Святого Казимира (Французская Канада) взорвался коттедж, и в огне погибли 5 человек — последние из 74 членов Ордена Храма Солнца; остальные члены этого ордена, жившие в Канаде, в Швейцарии и во Франции, к этому времени уже покончили с собой. Все они надеялись оказаться на звезде Сириус, на расстоянии 9 световых лет от Земли.

Вопрос, который волнует многих: что заставляет людей отказываться от прежних убеждений и пополнять ряды приверженцев этих сект? Можно ли приписать их странное поведение тому, что все они — странные личности? Или оно — иллюстрация общей динамики социального влияния и убеждения?

Необходимо помнить о двух вещах. Во-первых, мы имеем дело с феноменом «хиндсайта». Это означает, что используются принципы убеждения для объяснения постфактум какого-либо привлекающего внимания и порой волнующего социального явления. Во-вторых, ответ на вопрос, *почему* люди верят во что-то, ничего не говорит нам об *истинности* их веры. Это логически не связанные вещи. Психология религии может объяснить, *почему* верующий человек верит в Бога, а атеист — нет, но сказать, кто из них прав, она не может. Объяснить причины возникновения того или иного верования не значит ответить на вопрос, истинно ли оно. Если кто-то, желая разубедить вас, говорит: «Вы верите в это только потому, что...», вспомните ответ архиепископа Уильяма Темпла на реплику: «Разумеется, архиепископ, дело в том, что вы верите в то, во что верите, потому что вы были так воспитаны». На это Темпл ответил: «Вполне возможно. Факт, однако, таков: ваша вера в то, что моя вера — результат моего воспитания, есть результат вашего воспитания».

За последние десятилетия несколько **сект** — некоторые социологи называют их также «новыми религиозными течениями» — получили большую известность: «Церковь объединения» Сан Мьянг Муна (*Sun Myung Moon's Unification Church*), «Народный храм» Джима Джонса (*Jim Jones's People Temple*), «Ветвь Давидова» Дэвида Кореша (*David Koresh' Branch Davidians*) и «Небесные врата» Маршалла Эпплуайта (*Marshall Applewhite's Heaven's Gate*). У доктрины Сан Мьянг Муна, представляющей собой смесь христианства, антикоммунизма и культа самого Муна как нового мессии, нашлись приверженцы в разных странах. В ответ на его призыв «Мои желания должны стать вашими желаниями» многие люди отдали свои доходы и самих себя в распоряжение «Церкви объединения». Как их убедили сделать это?

В 1978 г. мир потрясло сообщение о том, что в Гайане покончили с собой 914 последователей Джима Джонса, приехавших с ним туда из Сан-Франциско: они выпили виноградный напиток, содержащий транквилизаторы, обезболивающие препараты и смертельную дозу цианида.

В 1993 г. недоучка Дэвид Кореш, используя свои способности гипнотизера и знание Священного Писания, установил контроль над одной из фракций секты «Ветвь Давидова». Постепенно члены этой фракции лишились своих банковских счетов и собственности. Одновременно Кореш призывал мужчин к воздержанию, а сам в это время спал с их женами и дочерьми; он даже сумел убедить 19 своих «жен» родить ему детей. Во время перестрелки, завязавшейся после того, как полиция предприняла осаду здания, в котором находились Кореш и его сторонники, погибли 6 членов секты и 4 федеральных агента. Кореш сказал своим последователям, что они скоро умрут и вместе с ним попадут в рай. Когда полиция собиралась направить на здание танки и пустить слезоточивый газ, здание было подожжено, и в пламени пожара погибли 86 человек.

{Одна из 37 жертв коллективного самоубийства членов секты «Небесные Врата»}

Маршалл Эпплуайт мало интересовался сексуальной жизнью своих последователей. Уволенный из двух музыкальных школ за гомосексуальные связи с учениками, он подверг себя кастрации и уговорил последовать своему примеру 7 из 17 мужчин, членов секты, умерших вместе с ним (Chua-Eoan, 1997; Gardner, 1997). В 1971 г., находясь на излечении в психиатрической больнице, Эпплуайт свел знакомство с медсестрой и поклонницей астрологии Бонни Лу Неттлс, которая снабдила его, настойчивого и харизматического «гуру», космологическим видением «перехода на следующий уровень». Эмоциональный проповедник, он убеждал своих последователей отказываться от родных, сексуальной жизни, наркотиков и личных денег и обещал им взамен всего этого путешествие к спасению на космическом корабле.

Как такое вообще возможно? Что убедило этих людей проявить столь безграничную, абсолютную преданность? Уместны ли в данном случае диспозиционные объяснения, т. е. можно ли возложить всю вину на жертвы? Можно ли отмахнуться от них, сказав, что это либо люди «с приветом», либо невежественные фанатики? Или известные нам принципы конформизма, подчинения, диссонанса, убеждения и влияния группы могут объяснить подобное поведение и поставить этих людей на одну доску с другими, кто по-своему тоже испытывает воздействие этих сил?

Установки как следствие поведения

Уступчивость порождает одобрение

Как неоднократно отмечалось в главе 4, люди обычно усваивают то, с чем они соглашаются добровольно, публично и неоднократно. Похоже, что лидерам сект это известно. Проходит немного времени, и их новые «рекруты» осознают, что членство в секте — не пустая формальность. Они быстро превращаются в активных игроков команды. Ритуалы внутри самой секты, а также публичные дискуссии и создание всевозможных фондов усиливают самоидентификацию неофитов в качестве членов определенного сообщества. Как испытуемые в социально-психологических экспериментах начинают верить в то, в чем они заверяют других (Aronson & Mills, 1959; Gerard & Mathewsn, 1966), так и новые члены секты становятся ее верными защитниками. Чем больше личная преданность, тем сильнее потребность оправдать ее.

Феномен «нога-в-дверях»

Как мы склоняемся к тому, чтобы взять на себя какие-то обязательства? Редко в результате скоропалительного, осознанного решения. Никто не рассуждает так: «Мне надоела традиционная религия. Пора подыскать себе какую-нибудь секту». Трудно представить себе и такую ситуацию: рекрутер из секты подходит на улице к прохожему и говорит: «Привет. Я из секты Муна. Хотите к нам?» В большей степени стратегия привлечения, которой придерживаются «вербовщики», основана на феномене «нога-в-дверях». Вербовщики из секты «Церковь объединения» сначала приглашают потенциальных членов на обед, а затем предлагают им провести уик-энд в приятной дружеской обстановке за обсуждением житейских и философских проблем. Одновременно гостей вовлекают в исполнение песен, в совместные действия и дискуссии. Затем потенциальных неофитов уговаривают согласиться на более продолжительный «испытательный срок». Постепенно обязанности становятся более сложными — сбор пожертвований и попытки вербовки новых членов.

(— Не жди меня, Ирен. Иди домой. Я намерен вступить в секту.)

За последние годы сотни тысяч человек пополнили ряды членов примерно 2500 религиозных сект, и лишь в немногих случаях подобное решение было импульсивным

Техникой «нога-в-дверях» пользовался Джим Джонс. Психолог Роберт Орнстейн вспоминает, как Джонс рассказывал о своих успехах в вербовке (Ornstein, 1991). В отличие от уличных защитников бедняков рекрутеры Джонса не просили у прохожих денег, они всего лишь обращались с просьбой «потратить на них пять минут, чтобы заклеить и отправить несколько конвертов». «Выполнив эту просьбу, — продолжал Джонс, — люди возвращались, чтобы сделать что-нибудь еще. Видите ли, уж если ко мне кто-нибудь попадает, я могу заставить его сделать все, что мне нужно».

Вначале денежные пожертвования в секте были добровольными. Затем Джонс потребовал, чтобы члены секты вносили в «общую кассу» 10% своего дохода, затем эта цифра возросла до 25%. В конце концов он обязал членов секты отдать ему все, что они имели. Трудовой вклад тоже планомерно возрастал. Грейс Стоун, бывший член секты, вспоминает:

«Никогда не было резких изменений. Именно поэтому Джим Джонс так много и получил. Вы постепенно отдавали то, что имели, и постепенно должны были отдавать больше, но каждый раз прирост был незначительным. Это было удивительно, и иногда в голову приходили такие мысли: «Надо же! Я и вправду уже много отдала». Так оно и было, но он поднимал планку настолько медленно, что никто не сопротивлялся и рассуждал примерно так: «Что, собственно, изменилось? Если я и до сих пор соглашался, то какая теперь, черт побери, мне разница?»» (Conway & Siegelman, 1979, p. 236).

Слагаемые убеждения

Вербовку сектами новых членов можно проанализировать, используя факторы, о которых уже говорилось в этой главе (и которые обобщены на рис. 7.10): *кто* говорит (коммуникатор), *что* говорит (сообщение) и *кому* (аудитория).

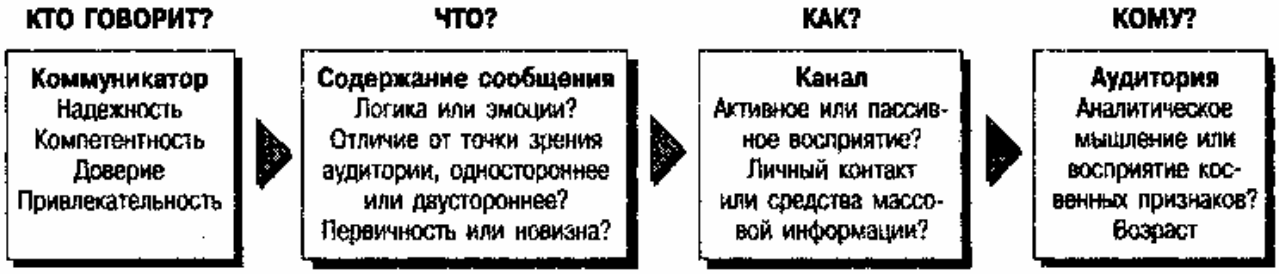


Рис. 7.10. Переменные, влияющие на эффективность убеждения. В реальной жизни эти переменные взаимодействуют друг с другом, и влияние одной может зависеть от уровня другой

Коммуникатор

Преуспевающие секты имеют харизматических лидеров, т. е. во главе их стоят люди, способные

привлекать в секту новых членов и направлять их. Как и в экспериментах по изучению убеждения, пользующийся доверием коммуникатор — это некто, воспринимаемый аудиторией как компетентный человек, на которого можно положиться, такой, например, как «отец» Мун.

Чтобы доказать, что на него можно положиться, Джим Джонс убеждая окружающих в том, что он — «ясновидящий». Перед началом службы новичков, пришедших в церковь, просили представиться. Затем один из помощников Джонса быстро звонил им домой и, представившись интервьюером, проводящим опрос общественного мнения, выяснял все, что его интересовало. Во время службы, вспоминает один из бывших сектантов, Джонс обращался к человеку по имени и говорил:

«Вы раньше когда-нибудь видели меня? Вы живете там-то и там-то, ваш номер телефона — такой-то, а в вашей гостиной стоит то-то и то-то. На вашем диване лежат такие-то и такие-то подушки. Скажите, я когда-нибудь был в вашем доме?» (Conway & Siegelman, 1979, p. 234).

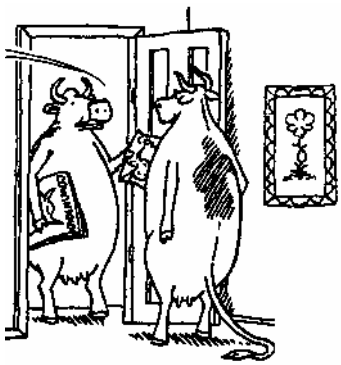
Второй аспект надежности — доверие. По мнению изучающей секты Маргарет Зингер, молодые выходцы с Кавказа, представляющие средний класс, более подвержены влиянию сектантов, ибо они более доверчивы (Singer, 1979). Им не хватает «житейской хватки», присущей их ровесникам из более бедных слоев населения (которым часто приходится защищать себя), и осмотрительности богатых молодых людей, которым с детства внушают страх перед возможным похищением. Многие члены сект оказались завербованными своими друзьями или родственниками, т. е. людьми, которым они доверяли (Stark & Bainbridge, 1980).

Сообщение

Одиноким или пребывающим в депрессии людям бывает непросто устоять перед живой, эмоциональной речью и теплым, участливым приемом. Доверься «мастеру», стань членом нашей семьи, мы знаем ответ, «единственно верный путь». Каналы передачи информации могут быть разными: лекции, дискуссии в немногочисленных группах и прямое социальное давление.

Аудитория

Неофиты нередко молоды, это люди моложе 25 лет, т. е. они пребывают в том возрасте, когда установки и нравственные ценности еще не устоялись. Некоторые из них, как, например, последователи Джима Джонса, не очень образованные люди, поэтому им импонирует простота получаемой информации, а контраргументы найти непросто. Однако большинство сектантов — хорошо образованные представители среднего класса, которые увлеклись идеей настолько, что перестали замечать: рассуждения «мастеров» о бескорыстии противоречат их алчности, а за их напускной участливостью скрывается равнодушие.



(Слушай... Прочти одну из наших брошюр, и ты поймешь, что нас волнует. А пока будешь читать, у тебя может возникнуть желание спросить себя: «Я счастливая корова?»)

Некоторым методам убеждения особенно трудно противостоять

Членами сект нередко становятся люди, переживающие такие жизненные ситуации, которые принято называть «переломными моментами»: личные или профессиональные кризисы или разлуку с близкими. Они бьются над разными вопросами, а секта готова ответить на них (Singer, 1979; Lofland &

Stark, 1965). Гейл Мидер вступила в секту «Небесные врата» после того, как лопнул ее бизнес — торговля футболками, Дэвид Мур — после окончания школы, когда ему было 19 лет, в период, когда он искал свое место в жизни. Социальная и экономическая нестабильность особенно благоприятна для тех, кто не вникает в суть непростых обстоятельств и ограничивается их поверхностным объяснением (O'Dea, 1968; Sales, 1972).

Влияние группы

Секты — пример, иллюстрирующий тему, которой посвящена следующая глава, — влияние группы на формирование взглядов и поведения ее членов. Как правило, секта отделяет своих членов от их прежних систем социальной поддержки, и они оказываются в окружении себе подобных сектантов. В результате может произойти то, что Родни Старк и Уильям Бэйнбридж назвали «социальной имплозией» (Stark & Bainbridge, 1980) [Имплозия, в противоположность эксплозии, взрыв внутрь, или, другими словами, схлопывание. Термин был введен Жаном Бодрияром, французским философом, теоретиком постмодернизма.]: связи сектантов с внешним миром будут ослабевать до тех пор, пока окончательно не разорвутся, и каждый член секты окажется связанным только с остальными ее членами. Отрезанные от своих семей и бывших друзей, они «утрачивают доступ» к контраргументам. Отныне группа предлагает идентичность и определяет реальность. Поскольку секта не одобряет непослушания или наказывает за него, кажущийся консенсус помогает исключить любые намеки на сомнения. Более того, стресс и эмоциональное возбуждение ослабляют внимание и делают людей «более восприимчивыми к неубедительным аргументам и социальному давлению, а также менее способными, чтобы противостоять искушению унизить тех, кто не является членом группы» (Baron, 2000).

Маршалл Эпплуайт и Бонни Лу Неттлс (она умерла от рака в 1985 г.) поначалу создали свою собственную группу, в которой, кроме них, не было больше никого, и усиливали аберрантное мышление друг друга. Этот феномен известен психиатром под названием *foli à deux*, что в переводе с французского означает «безумие двоих». По мере того как численный состав группы увеличивался, ее социальная изоляция облегчала формирование все более и более специфического мышления. Опыт обсуждения теории тайного сговора интернет-группами (секта «Небесные врата» весьма преуспела в вербовке людей через Интернет) подтвердил, что виртуальные группы тоже могут стимулировать паранойю.

Вопреки утверждению, будто секты превращают несчастных людей в бездумных роботов, власть подобных приемов — возрастающих требований к поведению, убеждения и изоляции группы — небеспредельна. «Церковь объединения» смогла привлечь в свои ряды менее 10% тех, кто посещал ее мероприятия (Ennis & Verrilli, 1989). Б*о*льшая часть членов «Небесных врат» покинули секту до ее трагического конца. Дэвид Кореш правил своей паствой, используя убеждение, запугивание и насилие. По мере того как Джим Джонс поднимал планку своих требований все выше и выше, он, чтобы сохранить свою власть, тоже нередко был вынужден прибегать к запугиванию. Он угрожал расправой тем, кто покидал секту, избивал непослушных и накачивал наркотиками тех, кто возражал ему. Под конец он с равным успехом и действовал на психику, и выкручивал руки.

Более того, техники влияния, к которым прибегают секты, в известном смысле аналогичны тем методам, которыми пользуются более знакомые нам группы. Члены разных университетских клубов говорят о том, что период времени, когда их заманивали и буквально «душили в объятиях», весьма похож на их собственный опыт ухаживания. Члены сообщества окружают своих будущих товарищей таким вниманием, что тем начинает казаться, будто они «необыкновенные». Во время испытательного срока неофиты чувствуют себя в изоляции, отрезанными от старых друзей, не последовавших их примеру. Они коротают время за изучением истории своей новой группы и принятых в ней правил поведения. Они страдают, но посвящают ей все свое время. От них ждут удовлетворения всех ее требований. Не приходится удивляться тому, что в конце концов группа получает нового преданного члена.

{**Военная подготовка в Сальвадоре.** Террористические организации и отряды коммандос добиваются сплоченности и дисциплины с помощью некоторых из тех методов, к которым прибегают лидеры новых религиозных течений, братств и терапевтических групп}

Многое из сказанного справедливо и в отношении **групп взаимопомощи** — пациентов, излечивающихся от нарко- и алкогольной зависимости. Активные группы самопомощи образуют прочный «социальный кокон», имеют четкие убеждения и оказывают сильнейшее влияние на поведение своих членов (Galanter, 1989, 1990).

Еще одно конструктивное использование убеждения — психологическое консультирование и психотерапия, которые социальный психолог Стэнли Стронг считает «одним из направлений прикладной социальной психологии» (Strong, 1978, p. 101). Как и Стронг, но задолго до него, психиатр Джером Франк тоже осознавал необходимость убеждения для того, чтобы люди изменили разрушающие их установки и поведение (Frank, 1974, 1982). Он отмечал, что, подобно сектам и активным группам взаимопомощи, психотерапевтическое окружение обеспечивает: 1) социальные отношения, дающие поддержку и уверенность; 2) предложение квалифицированной помощи и надежды; 3) специфическое рациональное объяснение или миф, объясняющие трудности человека и дающие возможность по-новому посмотреть на них; 4) набор ритуалов и тренировочных упражнений, которые обещают новое чувство покоя и счастья.

Я выбрал в качестве примеров университетские клубы, группы самопомощи и психотерапию не для того, чтобы дискредитировать их, а для того, чтобы проиллюстрировать два заключительных наблюдения. Во-первых, если мы припишем популярность новых религиозных течений мистической власти их лидеров или маргинальности их последователей, то можем решить, что обладаем иммунитетом против подобных методов социального контроля, а это большое заблуждение. В действительности наши собственные группы — и бесчисленные продавцы, и политические лидеры, и прочие убеждающие нас коммуникаторы — весьма успешно используют в отношениях с нами многие из этих тактик. Существует очень зыбкая грань между обучением и идеологической обработкой, между просвещением и пропагандой, переубеждением и принуждением, между терапией и контролем над сознанием.

Во-вторых, тот факт, что Джим Джонс и прочие лидеры сект употребляли силу убеждения во зло, вовсе не означает, что убеждение само по себе — нечто дурное. Энергия атома способна осветить наши дома или стереть их с лица Земли. Сексуальность позволяет нам выражать свою любовь и наслаждаться взаимностью, но она же толкает нас на использование других людей в качестве объектов удовлетворения собственных прихотей. Благодаря силе убеждения мы можем просвещать или обманывать. Знание того, что она может быть использована в неблаговидных целях, должно насторожить нас как ученых и как граждан. Этого нельзя допускать. Однако само по себе убеждение ни хорошо, ни плохо; конструктивно оно или деструктивно, зависит исключительно от того, как мы его используем. Осуждать убеждение за то, что с его помощью обманывают, — все равно что отвергать процесс приема пищи только потому, что существует обжорство.

Резюме

Популярность религиозных сект позволяет наблюдать влияние убеждения за работой. Создается впечатление, что их успех есть следствие того, что они добиваются от людей приверженности поведению, которое соответствует их целям (см. главу 4), используют принципы эффективного убеждения (данная глава) и изолируют своих членов от общества, ограничивая их контакты лишь контактами с единомышленниками (см. главу 8).

Сопротивление убеждению: прививка установок

Уделив серьезное внимание средствам, которыми пользуются желающие убедить нас в чем-либо, мы завершим эту главу рассказом о некоторых тактических приемах, позволяющих противостоять им. Что мы можем сделать для того, чтобы подготовить людей к сопротивлению нежелательному влиянию?

Быть может, то, что вы узнали из этой главы о факторах убеждения, заставило вас задуматься: можно ли противостоять нежелательному воздействию? По мнению Дэниела Гилберта и его коллег, легче согласиться с убеждающими сообщениями, чем усомниться в них (Gilbert et al., 1990, 1993).

Понять какое-либо утверждение (например, карандаши, содержащие свинец, вредны для здоровья) — значит *поверить* в него, по крайней мере временно, до тех пор, пока сам человек активно не пересмотрит первоначальное, автоматическое согласие. Если какое-либо отвлекающее внимание событие мешает этому пересмотру, согласие сохраняется.

И все же, поскольку судьба наделила нас логикой, информированностью и мотивацией, мы способны противостоять ложным утверждениям. Если благодаря ауре надежности униформа ремонтника и титул доктора запугали нас настолько, что мы безропотно согласились с ними, мы все же можем пересмотреть свою привычную реакцию на авторитеты. Прежде чем отдать им свое время или деньги, мы можем поискать дополнительную информацию. Если нам что-то непонятно, мы можем задать вопросы.

Усиление личной позиции

В главе 6 представлен другой способ сопротивления: прежде чем вы столкнетесь с мнениями других людей, сделайте свою собственную позицию достоянием гласности. Защищая ее, вы станете менее восприимчивыми к тому, что станут говорить другие (или, возможно, правильнее сказать менее «открытыми» их влиянию?). В экспериментах, имитирующих судебное разбирательство гражданских дел, выборочные опросы присяжных способны сделать сформулированные ими мнения более устойчивыми, что приводит к большему числу тупиковых ситуаций (Davis et al., 1993).

Что стоит за классической теорией?

Признаюсь: занимаясь «вакцинацией», я чувствовал, что выполняю роль своеобразной химчистки, изучая способ, который позволил бы людям противостоять попыткам манипулировать ими. Когда результаты нашей работы были опубликованы, мне позвонил управляющий одной рекламной компанией. «Очень интересно, профессор, — сказал он. — Я в восторге от вашей статьи!» — «Вы очень любезны, мистер Управляющий, но у нас с Вами совершенно разные цели. Вы стараетесь убедить людей, я же хочу научить их быть менее податливыми», — ответил я. «О, профессор! Вы недооцениваете себя! Мы же можем использовать ваши результаты для того, чтобы уменьшить влияние реклам наших конкурентов!» И точно: снижение эффективности рекламы других брендов стало едва ли не правилом для всех рекламодателей.

Уильям Мак-Гуайр, Yale University

Оспаривая убеждения

Как можно стимулировать человека придерживаться собственной позиции? Исходя из результатов своих экспериментов, Чарльз Кайслер считает, что один из возможных способов — мягкая атака на его убеждение (Kiesler, 1971). Кайслер обнаружил: когда люди, заявившие свою позицию, сталкиваются с контраргументацией, достаточно убедительной, чтобы заставить их реагировать, но не настолько агрессивной, чтобы выбить у них почву из-под ног, они лишь сильнее укрепляются в собственном мнении. Кайслер так объясняет этот феномен: «Когда вы атакуете убежденных в чем-то людей и ваша атака недостаточно сильна, вы тем самым лишь подталкиваете их к более радикальному поведению, направленному на защиту прежней убежденности. В известном смысле, происходит эскалация их убеждений, поскольку возрастает число согласующихся с ней поступков» (p. 88). Возможно, вы сами можете припомнить какой-нибудь спор, во время которого вовлеченные в него люди используют все более и более сильные выражения, переходя постепенно на полярные позиции.

Развитие контраргументации

Есть и еще одна причина, по которой несильная атака может «повысить сопротивляемость». Когда кто-либо нападает на установки, которыми мы дорожим, мы обычно раздражаемся и обдумываем контраргументы (Zuwerink & Devine, 1996). Даже слабые аргументы против нашей позиции могут способствовать выработке такой контраргументации, которая очень пригодится нам во время серьезной

дискуссии, и этим они похожи на прививку против тяжелой болезни. То, что это действительно так, было экспериментально доказано Уильямом Мак-Гуайром (McGuire, 1964). Он заинтересовался возможностью делать «прививки против убеждения» подобно тому, как делают прививки против вирусных инфекций. Существует ли такой феномен, как **инокуляция установки**? Можно ли стимулировать защитные силы интеллекта у людей, воспитанных в «стерильной идеологической атмосфере» и придерживающихся взглядов, не вызывающих у них сомнений? И не поможет ли им воздействие небольшой дозы информации, таящей угрозу их представлениям, приобрести иммунитет против последующего убеждения?

Именно это и сделал Мак-Гуайр. Он начал с того, что нашел несколько культурных трюизмов, например: «Если есть возможность, полезно чистить зубы после каждой еды». Затем он показал, что серьезные угрозы в адрес этих прописных истин, исходившие из заслуживающих доверия источников (например, специалисты выяснили, что часто чистить зубы вредно для десен), оказывают на их сторонников заметное влияние. Но если перед сильной атакой на их убеждения людям делали «прививки» в виде информации, которая заставляла немного задуматься об истинности этих убеждений, и если у них была возможность прочитать или написать эссе в поддержку этой информации, они значительно успешнее сопротивлялись сильной атаке.

Примеры исследований: широкомасштабные программы инокуляция

Инокуляция детей против втягивания в курение сверстниками

Чтобы продемонстрировать практическую ценность результатов лабораторных исследований, группа ученых во главе с Альфредом Мак-Алистером сделала «прививки» семиклассникам против втягивания в курение сверстниками (McAlister et al., 1980). Подростков научили следующим образом реагировать на рекламный слоган «Курящая женщина — свободная женщина»: «Какая же она свободная, если “подсела” на табак?!» Они также участвовали в ролевых играх, в ходе которых — после того, как их называли «несмышленышами» за отказ от сигареты, — они отвечали примерно следующее: «Если бы я согласился закурить ради того, чтобы произвести на тебя впечатление, вот тогда я точно был бы несмышленышем!» После нескольких подобных занятий во время обучения в седьмом и в восьмом классах среди «привитых» учеников было в два раза меньше склонных к тому, чтобы начать курить, чем среди их ровесников в другой школе, среди родителей которых было примерно столько же курильщиков (рис. 7.11).

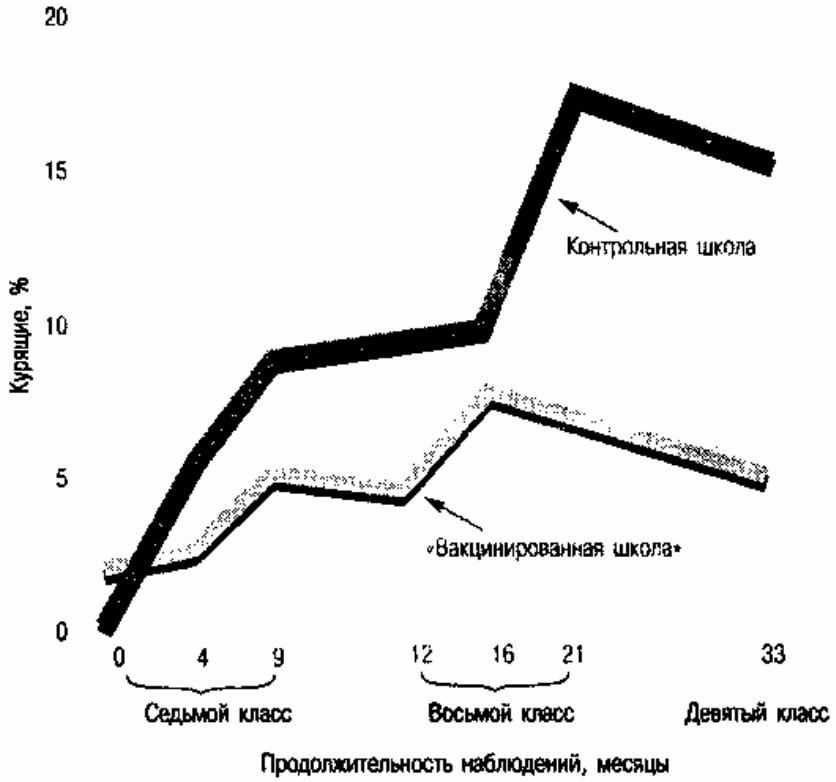


Рис. 7.11. Процент курильщиков среди «вакцинированных» учащихся средней школы значительно ниже, чем среди учащихся контрольной школы, использующей более традиционную программу профилактики курения. (*Источник*: McAlister et al., 1980; Telch et al., 1981)

<Едва ли не ежедневно похитители читали мне новости, которые они вырезали из газет. Некоторые из них были неоспоримы, а иногда я не знала, чему верить. Все это очень смущало меня. Я поняла, что до похищения жила в тепличных условиях; меня практически не интересовали ни международная обстановка, ни политика, ни экономика. *Патриция Херст*, Все секреты, 1982>

То, что подобные программы инокуляция, иногда дополненные обучением другим важным для жизни навыкам, уменьшают число курящих подростков, доказано не только Мак-Алистером и его коллегами (Botvin et al., 1955; Evans et al., 1984; Flay et al., 1985). Большинство проектов, реализованных в последние годы, уделяют основное внимание стратегиям сопротивления социальному влиянию. В одном исследовании ученики 6-8-х классов либо смотрели фильмы, направленные против курения, либо получали информацию о курении и одновременно участвовали в ролевых играх под названием «Отказ от сигареты», которые сами и придумывали (Hirschman & Leventhal, 1989). Спустя полтора года из числа смотревших фильмы начали курить 31%, из числа участников игр — 19%. Другое исследование было проведено с участием выборки семиклассников из 30 разных школ. Его авторы предостерегали подростков о том, что их будут втягивать в курение и в употребление наркотиков и вооружали их стратегиями противостояния подобному влиянию (Ellickson & Bell, 1990). Число тех, кто раньше не употреблял марихуану, но оказался вовлеченным в наркоманию, уменьшилось на одну треть, а число тех, кто употреблял ее, — в 2 раза.

В просветительских программах, целью которых является предотвращение втягивания подростков в курение и наркоманию, используются и другие принципы убеждения. Например, они привлекают в качестве коммуникаторов привлекательных для подростков их сверстников, создают условия для того, чтобы учащиеся сами размышляли над полученной информацией («Возможно, тебе самому захочется поразмышлять над этим), подталкивают учащихся к тому, чтобы они делали публичные заявления (в частности, в такой форме: учащийся принимает обоснованное решение относительно курения и наркотиков и сообщает о нем и о своих аргументах одноклассникам). Некоторые из этих программ, направленных на предотвращение курения, рассчитаны всего лишь на 2-6 одночасовых занятий с использованием подготовленных печатных и видеоматериалов. Сегодня любой школьный округ и педагог, желающие использовать социально-психологический подход к

предотвращению втягивания подростков в курение, имеют возможность сделать это без проблем и больших финансовых затрат и вправе рассчитывать на значительное снижение в будущем числа курильщиков, а также связанное с этим уменьшение расходов на охрану здоровья.

Инокуляция детей против воздействия рекламы

Исследователи изучали также и вопрос о том, как сделать детей невосприимчивыми к воздействию телевизионной рекламы. Отчасти изучение этой проблемы было предпринято под влиянием результатов исследований, которые показали, что дети, особенно моложе 8 лет, во-первых, не всегда могут отделить рекламу от самих телепрограмм и не понимают природу ее убеждающего воздействия; во-вторых, практически безоговорочно верят ей; в-третьих, хотят иметь рекламируемые товары и пристают к родителям с просьбами покупать их (Alder et al., 1980; Feshbach, 1980; Palmer & Dorr, 1980). Похоже, дети — мечта рекламодателей: наивные и легковерные покупатели, которым ничего не сто*и*т всучить любой товар. Более того, половина из 20 000 реклам, которые в течение года видит типичный ребенок, — это рекламы вредных для здоровья сладостей.

Встревоженные этой информацией, группы граждан обрушились на рекламодателей с резкой критикой (Moody, 1980): «Если поднаторевший в своем деле рекламодатель тратит миллионы на то, чтобы продать наивным, доверчивым детям вредный для здоровья продукт, его действия можно назвать лишь одним словом — эксплуатация. Нет ничего удивительного в том, что с приходом в наши дома телевидения потребление молочных продуктов сократилось, а потребление всевозможных лимонадов едва ли не удвоилось». На другой чаше весов — интересы рекламодателей, уверяющих родителей в том, что подобные рекламы помогают родителям прививать своим детям навыки, необходимые потребителям, и — что еще более важно — являются источником финансирования телевещания для детей. В США Федеральная комиссия по торговле оказалась «меж двух огней»: находясь под влиянием результатов исследований, с одной стороны, и испытывая политическое давление — с другой, она пытается решить, можно ли ужесточать требования к телевизионной рекламе вредных для здоровья продуктов и к фильмам **категории «*R*»** (для детей старше 17 лет из-за наличия сцен секса и насилия), ориентированным на детей.

А тем временем ученые пытаются понять, можно ли научить детей противостоять обманывающим их рекламам. В ходе одного из таких исследований группа специалистов во главе с Нормой Фешбах провела с небольшой группой учащихся начальных школ Лос-Анджелеса и его окрестностей три получасовых занятия, во время которых детей учили анализировать рекламу (Feshbach, 1980; Cohen, 1980). «Прививка» заключалась в том, что дети смотрели и обсуждали образцы рекламной продукции. Например, посмотрев рекламу игрушки, дети сразу же получали ее, и им предлагали сделать с ней то, что они только что видели на экране. Подобная практика помогла выработать более реалистичное отношение к рекламе.

Практические рекомендации

Возможно, лучший способ сделать человека невосприимчивым к «промыванию мозгов» заключается вовсе не в том, чтобы как можно глубже внедрить в его сознание те представления, которые он уже имеет. Родители, которые беспокоятся по поводу того, что их дети могут оказаться вовлеченными в какую-нибудь секту, поступят правильно, если расскажут им о разных сектах и подготовят к встрече с теми, кто захочет привлечь их на свою сторону.

<Дискуссионный вопрос: каково суммарное влияние примерно 350 000 реклам, которые дети успевают увидеть за годы взросления, на их приверженность материальным ценностям?>

По той же самой причине религиозным проповедникам следует избегать создания в своих церквах и школах «стерильной обстановки». Более вероятно, что отраженная атака укрепит человека в его мнении, нежели разубедит его, особенно если он сможет обсудить «угрожающую информацию» с единомышленниками. Секты используют этот принцип, предупреждая своих членов о том, как их семьи и друзья будут критиковать идеи, проповедуемые сектой. И когда ожидаемая дискуссия возникает, член секты встречает ее во всеоружии: у него уже есть контраргументы.

Второй практический вывод для коммуникатора заключается в следующем: если нет

уверенности в будущем успехе обращения, то лучше промолчать. Вам понятно, почему? Люди, отвергнувшие обращенный к ним призыв, приобретают иммунитет против дальнейших попыток. Вдумайтесь в результаты эксперимента, участникам которого, студентам, было предложено написать эссе в поддержку правил о жесткой регламентации стиля одежды (Darley & Cooper, 1972). Поскольку тема эссе, которые предполагалось опубликовать, противоречила собственным убеждениям студентов, все предпочли отказаться от этого предложения, включая даже тех, кому обещали оплатить работу. Отказавшись от денег, они еще активнее начали защищать свое неприятие каких бы то ни было ограничений, касающихся одежды. Публично заявив о своем отношении к этой проблеме, они еще больше укрепились в нем. То же самое можно сказать и о тех, кто отверг первые призывы бросить курить: они вполне могут приобрести «иммунитет» к дальнейшим призывам. Неэффективное убеждение, стимулирующее защитные реакции людей, которых убеждают, может привести к противоположным результатам. Они могут стать «глухими» к последующим призывам.

Резюме

Как люди противостоят убеждению? *Предварительное публичное заявление о своей позиции*, вызванное, в частности, мягкой атакой на нее, порождает невосприимчивость к последующим попыткам убеждения. Мягкая атака может сыграть и роль своеобразной «прививки», стимулирующей выработку контраргументов, которые могут оказаться полезными в случае серьезной атаки. Иными словами, как ни парадоксально это звучит, один из способов усиления существующих установок — подвергнуть их критике, которая должна быть недостаточно сильной, чтобы сокрушить их.

Постскриптум автора
Быть открытым, но не легковерным

Наша цель должна состоять в том, чтобы, подвергаясь различным убеждениям, мы не стали ни излишне доверчивыми, ни циничными. Некоторые считают, что поддаваться убеждению — значит проявлять слабость. К нам взывают: «Думайте сами!» Но что такое закрытость информационному влиянию? Добродетель или проявление фанатизма? Можно ли сочетать внимание к мнению окружающих и открытость их влиянию с критическим отношением к убеждающим призывам?

Чтобы быть открытым влиянию окружающих, мы можем согласиться, что любой встреченный нами человек в чем-то превосходит нас. Каждый человек, с которым я могу встретиться, имеет опыт, в чем-то превосходящий мой собственный, а потому мне есть чему поучиться у него. Общаясь с этим человеком, я надеюсь пополнить свои знания и одновременно поделиться с ним тем, что знаю сам.

Чтобы научиться критически мыслить, мы должны присмотреться к результатам изучения «инокуляции». Вы хотите научиться сопротивляться убеждению, но при этом не утратить способность воспринимать надежную информацию? Будьте активным и критически настроенным слушателем. Заставьте себя искать контраргументы. Прослушав речь политика, обсудите ее с друзьями. Иными словами, не ограничивайтесь только пассивным слушанием. Реагируйте на услышанное. Если сообщение не способно выдержать серьезный анализ, тем хуже для него. Если способно, его влияние на вас будет более продолжительным.

Глава 8. Влияние группы

В нашем мире не только 6 миллиардов индивидуумов, но и 200 национально-государственных образований, 4 миллиона общин местного значения, 20 миллионов экономических организаций и сотни миллионов иных формальных и неформальных групп — влюбленные пары, семьи, прихожане разных церквей, мужские компании, собравшиеся, чтобы поговорить о своих делах. Как все эти группы влияют на индивидуумов?

Некоторые группы — это всего лишь находящиеся рядом люди. Ежедневная пробежка Тауны близка к завершению. Умом она понимает, что должна пробежать дистанцию до конца, но тело умоляет

ее о пощаде. Она находит компромисс и возвращается домой энергичной походкой. На следующий день ситуация повторяется с той лишь только разницей, что рядом с ней бегут двое ее друзей. Тауна пробегает дистанцию на две минуты быстрее. «Неужели я бежала быстрее только потому, что рядом со мной были Гейл и Рэчел?» — удивляется она.

Воздействие групп нередко бывает и более впечатляющим. Студенты-интеллектуалы общаются с такими же, как они, интеллектуалами, что приводит к взаимному обогащению сторон. Молодые люди, склонные к правонарушениям, общаются между собой, следствием чего становится усиление их антисоциального поведения. Однако *как именно* группы влияют на установки? И какие факторы приводят к тому, что группы принимают разумные или нелепые решения?

Наконец, индивиды тоже влияют на свои группы. Созданный в 1957 г. и ныне ставший уже классическим фильм «12 разгневанных мужчин» начинается с того, что 12 настороженных мужчин-присяжных, участвующих в процессе по обвинению в убийстве, собираются в специально отведенной для них комнате. Стоит жара. Присяжные устали, между ними практически нет разногласий, и им не терпится побыстрее вынести приговор: признать подсудимого подростка виновным в нанесении смертельного ранения своему отцу. Однако один член жюри, индивидуалист, роль которого исполняет Генри Фонда, отказывается голосовать «за». По мере того как продолжается эмоциональное обсуждение обстоятельств дела, присяжные один за другим изменяют свое решение, и это продолжается вплоть до достижения консенсуса: «Не виновен». В реальной судебной практике случаи, когда один член жюри присяжных склоняет на свою сторону остальных, редки, но тем не менее историю творит меньшинство, которому удается повести за собой остальных. Что помогает меньшинству — или эффективному лидеру — быть убедительным?

Мы рассмотрим эти в высшей степени интересные явления последовательно, одно за другим. Но начнем с самого начала: что такое группа и почему группы существуют?

Что такое группа

Ответ на этот вопрос представляется очевидным, но только до тех пор, пока несколько человек не сравнят свои определения. Можно ли назвать группой людей, которые вместе бегают трусцой? Будут ли группой пассажиры какого-либо авиарейса? Относится ли термин «группа» к людям, имеющим общую цель и полагающимся друг на друга? Или он относится только к тем, кто каким-то образом организован? Или к тем, чьи отношения продолжаются какое-то время? Именно с этих разных позиций и подходят социальные психологи к определению понятия «группа» (McGrath, 1984).

Специалист по групповой динамике Марвин Шоу утверждает, что всем группам присуще одно общее качество: их члены взаимодействуют друг с другом (Shaw, 1981). Поэтому он определяет **группу** как коллектив, образованный двумя или большим числом людей, взаимодействующих друг с другом и влияющих друг на друга. Более того, замечает социальный психолог из Австралийского национального университета Джон Тёрнер, группы воспринимают себя как «мы» в отличие от всех остальных, воспринимаемых ими как «они» (Turner, 1987). Так что люди, которые вместе бегают трусцой, — это самая настоящая группа. Причины, по которым возникают группы, могут быть самыми разными: это и потребность принадлежать к какому-либо сообществу, и потребности в информации, в признании, в достижении определенных целей.

По определению Шоу, студенты, одновременно работающие в компьютерном классе за индивидуальными компьютерами, — это не группа. Несмотря на то что они находятся в одном помещении (т. е. физически вместе), это скорее совокупность индивидов, нежели группа, члены которой взаимодействуют друг с другом. (Не исключено, однако, что каждый из них является членом какой-либо группы, находящейся в данный момент «за кадром».) Порой нет четкой границы между совокупностью не связанных друг другом индивидов в компьютерном классе и групповым поведением, характерным для взаимодействующих друг с другом людей. В некоторых случаях люди, просто одновременно присутствующие в одном и том же месте, оказывают взаимное влияние друг на друга. Например, во время матча болельщики одной команды воспринимают друг друга как «мы» в отличие от болельщиков другой команды, которые для них — «они».

В этой главе мы рассмотрим три примера подобного группового влияния: *социальную*

фасилитацию, социальную леность и *деиндивидуализацию*. Эти феномены могут проявляться и при минимальном взаимодействии — то, что мы называем «минимальными групповыми ситуациями». Затем мы обратимся к трем примерам социального влияния в группах, участники которых взаимодействуют между собой: к *групповой поляризации, «огруппленному» мышлению* и *влиянию меньшинства*.

Социальная фасилитация

Давайте начнем с самого простого вопроса социальной психологии: влияет ли на нас сам факт присутствия другого человека? Словосочетание «сам факт присутствия» означает, что люди не соревнуются друг с другом, не вознаграждают и не наказывают друг друга, и, по сути, они вообще ничего не делают, кроме того, что присутствуют в качестве пассивных зрителей или «соисполнителей». Влияет ли присутствие пассивных наблюдателей на то, как человек бежит трусцой, ест, печатает на клавиатуре или сдает экзамен? Поиск ответа на этот вопрос — своего рода «научный детектив».

Присутствие других

Более века назад психолог Норман Триплетт, интересовавшийся велосипедными гонками, заметил, что спортсмены демонстрируют более высокие результаты не тогда, когда «соревнуются с секундомером», а когда участвуют в коллективных заездах (Triplett, 1898).

Прежде чем предать гласности свою догадку (что в присутствии других людей человек работает более производительно), Триплетт провел лабораторный эксперимент — один из первых в истории социальной психологии. Дети, которым было велено наматывать леску на катушку удочки с максимально возможной скоростью, в присутствии соисполнителей справлялись с этим заданием быстрее, чем поодиночке.

В дальнейшем было экспериментально доказано, что в присутствии других людей испытуемые быстрее решают простые примеры на умножение и вычеркивают из текста определенные буквы. Присутствие других благотворно сказывается и на точности выполнения заданий на моторику, например удерживании в определенном положении с помощью металлического стержня десятицентовой монеты, помещенной на вращающийся диск проигрывателя (F. W. Allport, 1920; Dashiell, 1930; Travis, 1925). Этот эффект, названный **социальной фасилитацией**, наблюдается также и у животных. В присутствии других особей своего вида муравьи быстрее разрывают песок, а цыплята поедают больше зерен (Bayer, 1929; Chen, 1937). Спаривающиеся крысы более сексуально активны в присутствии других сексуально активных пар (Larsson, 1956).

Однако не спешите с выводами: имеются экспериментальные данные, свидетельствующие о том, что в некоторых случаях соисполнители **мешают**. В присутствии других особей своего вида тараканы, длиннохвостые попугаи и зеленые зяблики медленнее осваивают прохождение лабиринтов (Allee & Masure, 1936; Gates & Allee, 1933; Knopfer, 1958). Аналогичное «отвлекающее» воздействие оказывают наблюдатели и на людей. Присутствие посторонних уменьшало скорость заучивания бессмысленных слогов, прохождения лабиринта и решения сложных примеров на умножение (Dashiell, 1930; Pessin, 1933; Pessin & Husband, 1933).

{**Социальная фасилитация.** Мотивация, источником которой являются присутствие соисполнителя или аудитории, усиливает хорошо усвоенные реакции (например, езду на велосипеде)}

В утверждении, что в некоторых случаях присутствие соисполнителей облегчает выполнение задания, а в некоторых — затрудняет, определенности не больше, чем в типичном шотландском прогнозе погоды, предсказывающем солнце, но не исключающем возможность дождя. После 1940 г. ученые практически перестали заниматься этой проблемой; «спячка» продолжалась четверть века — до тех пор, пока новая идея не положила ей конец.

Социальный психолог Роберт Зайонц (Robert Zajonc) (Zajonc произносится как Зайэнс) заинтересовался возможностью «примирить» эти противоречащие друг другу экспериментальные данные. Для объяснения результатов, полученных в одной области науки, он использовал достижения

другой ее области, что характерно для многих научных открытий. В данном случае объяснение было получено благодаря одному общеизвестному принципу экспериментальной психологии: возбуждение всегда усиливает доминирующую реакцию. Усиление возбуждения благоприятствует решению простых задач, для которых наиболее вероятной, «доминирующей», реакцией является правильное решение. Люди быстрее разгадывают простые анаграммы (например, *блех*), когда возбуждены. Когда же речь идет о выполнении сложных заданий, в которых правильный ответ не столь очевиден, а потому не является доминирующей тенденцией, чрезмерное возбуждение повышает вероятность *неправильного* решения. С решением более сложных анаграмм возбужденные люди справляются хуже, чем те, кто находится в спокойном состоянии.

<Тот, кто видел то же, что и все остальные, но подумал о том, что никому, кроме него, не пришло в голову, совершает открытие. *Альберт Аксент-Дьорди*, Размышления ученого, 1962>

Способен ли этот принцип раскрыть тайну социальной фасилитации? Или разумнее согласиться с тем, что подтверждается многими данными, а именно: присутствие других возбуждает людей и делает их более энергичным (Mullen et al., 1997)? (Каждый из нас может припомнить, что перед аудиторией волнуется или чувствует себя более напряженно.) Если социальное возбуждение усиливает доминирующие реакции, оно должно *благоприятствовать выполнению легких заданий* и *мешать выполнению сложных*. В таком случае известные экспериментальные данные уже не кажутся противоречащими друг другу. Наматывание лески, решение простых примеров на умножение, как и выполнение заданий, связанных с едой, — все это простые действия, реакции на которые или хорошо усвоены, или даны нам от рождения (т. е. доминируют). Нет ничего удивительного в том, что присутствие посторонних «подстегивает» нас. Усвоение нового материала, прохождение лабиринта или решение сложных математических задач — более трудные задания, правильные реакции на которые с самого начала совсем не так очевидны. В подобных ситуациях присутствие посторонних приводит к увеличению числа *неверных* ответов. В обоих случаях «работает» одно и то же общее правило: *возбуждение благоприятствует доминирующим реакциям*. Иными словами, то, что прежде воспринималось как результаты, противоречащие друг другу, теперь уже так не воспринимается.

Объяснение Зайонца настолько простое и элегантное, что другие социальные психологи отреагировали на него так же, как Томас Гексли отреагировал на труд Чарльза Дарвина «Происхождение видов», когда впервые прочитал его: «Как можно было не додуматься до этого раньше?! Ну и глупцы же мы все!» Теперь, после того, как Зайонц предложил объяснение, оно кажется очевидным. Не исключено, однако, что «отдельные фрагменты» так хорошо подошли друг к другу, что мы смотрим на них через «очки прошлого». Выдержит ли гипотеза Зайонца прямую экспериментальную проверку?

После того как было проведено почти 300 исследований, в которых в качестве испытуемых в общей сложности приняли участие более 25 000 добровольцев, можно говорить, что эта гипотеза «устояла» (Bond & Titus, 1983; Guerin, 1993). Несколько экспериментов, в которых Зайонц и его помощники создавали произвольную доминирующую реакцию, подтвердили, что присутствие наблюдателей усиливает ее. В одном из этих экспериментов исследователи просили испытуемых произносить (от 1 до 16 раз) различные, лишенные смысла слова (Zajonc & Sales, 1966). Затем они говорили им, что эти слова появятся на экране, одно за другим, и каждый раз им нужно будет догадаться, какое именно слово появилось. На самом же деле испытуемым показывали в течение сотых долей секунды только случайные черные линии, но они «видели» преимущественно те слова, которые произносили большее число раз. Эти слова стали доминирующими реакциями. Испытуемые, которые проходили аналогичный тест в присутствии двух других испытуемых, были еще более склонны к тому, чтобы «видеть» именно эти слова (рис. 8.1).

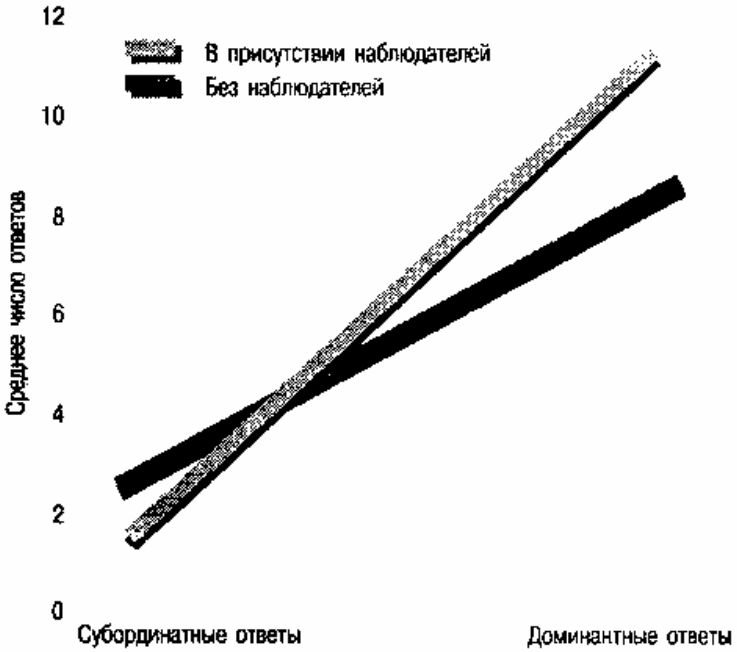


Рис. 8.1. Социальная фасилитация доминирующей реакции. В присутствии наблюдателей испытуемые чаще «видели» доминантные слова (те, которые они произносили 16 раз) и реже — субординатные слова, т. е. те, которые они произносили не более одного раза. (*Источник*: Zajonc & Sales, 1966)

<Простой социальный контакт вызывает... стимуляцию инстинкта, который усиливает эффективность каждого отдельного работника. *Карл Маркс*, Капитал, 1867>

Авторы более поздних исследований подтвердили вывод о том, что социальное возбуждение облегчает доминирующую реакцию, независимо от того, верная она или нет. Питер Хант и Джозеф Хиллери обнаружили: в присутствии наблюдателей студенты быстрее разбираются с легким лабиринтом и дольше — с трудным (ну совсем как тараканы!) (Hunt & Hillery, 1973). По данным Джеймса Майклза и его сотрудников, хорошие игроки в бильярд из Студенческого союза (те, у которых результативным был 71 удар из 100) в присутствии 4 наблюдателей показывали еще более высокий результат — 80% попаданий в лузу (Michaels et al., 1982). Плохие игроки (количество результативных ударов не превышает 36%) начинали играть еще хуже, когда возле стола появлялись посторонние (количество попаданий в лузу сокращалось до 25%).

Спортсмены демонстрируют хорошо усвоенные навыки, что объясняет, почему они наилучшим образом выступают тогда, когда их подбадривает толпа болельщиков. Результаты изучения «послужных списков» более 80 000 любительских и профессиональных команд Канады, Англии и США позволяют говорить о том, что «дома» они выигрывают примерно 6 игр из 10, причем для бейсбола и футбола этот показатель несколько ниже, а для баскетбола и соккера [Футбол по правилам Национальной ассоциации футболистов Великобритании. — *Примеч. перев.*] — несколько выше (табл. 8.1).

Таблица 8.1. Основные командные виды спорта: преимущества домашних матчей

Вид спорта	Общее количество изученных матчей	Количество выигранных домашних матчей, %
Бейсбол	135,665	54,3
Футбол	2,592	57,3
Хоккей на льду	4,322	61,1
Баскетбол	13,596	64,4
Соккер	37,202	69,0

(*Источники*: Courneya & Carron, 1992; Schlenker et al., 1995.)

Возможно, что преимущества положения «хозяев поля» связаны также и с тем, что игрокам не нужно проходить акклиматизацию, совершать утомительные перелеты; кроме того, они контролируют территорию, что дает им ощущение доминирования, а подбадривающие крики болельщиков усиливают чувство принадлежности к команде (Zillmann & Paulus, 1993).

{«Дома и стены помогают» — это правило справедливо для всех изученных видов спорта}

Толпа: присутствие многих других

Итак, мы реагируем на присутствие других людей. Но действительно ли их присутствие возбуждает нас? Друг, оказавшийся рядом в тяжелую минуту, может утешить. Однако в присутствии посторонних люди, переживающие стресс, больше потеют, у них учащаются дыхание и пульс, больше напрягаются мышцы и заметнее поднимается артериальное давление (Geen & Gange, 1983; Moore & Baron, 1983). Даже доброжелательная аудитория может стать причиной плохого исполнения обязанностей, требующих от человека полной отдачи (Butler & Baumeister, 1998). Присутствие среди слушателей родителей пианиста вряд ли будет способствовать успеху его первого сольного выступления.

Чем больше вокруг человека людей, тем заметнее их влияние на него (Jackson & Latané, 1981; Knowles, 1983). Иногда возбуждение и внимание к собственным действиям — следствия присутствия многочисленных зрителей — могут помешать реализации даже таких прекрасно усвоенных автоматических навыков, как речь. Испытывая *экстремальное* давление, мы очень легко можем начать заикаться. Заикающиеся люди обычно сильнее заикаются в присутствии большого числа людей, чем когда разговаривают с одним человеком или с двумя (Mullen, 1986). Игроки студенческих баскетбольных команд, сильно возбужденные присутствием многочисленных болельщиков, выполняют свободные броски *менее* точно, чем при игре в полупустом зале (Sokoll & Mynatt, 1984).

Пребывание в толпе усиливает как позитивные, так и негативные реакции. Если рядом с нами оказываются те, кому мы симпатизируем, они нравятся нам еще больше, если же рядом находятся те, к кому мы испытываем *антипатию*, то это чувство только усиливается (Schiffenbauer & Schiavo, 1976; Storms & Thomas, 1977). Когда Джонатан Фридман и его коллеги проводили эксперименты с участием студентов Колумбийского университета и посетителями Научного центра Онтарио [Онтарио — канадская провинция. — *Примеч. перев.*], в них участвовал их «сообщник», который вместе с испытуемыми слушал смешную магнитофонную запись или смотрел фильм (Freedman et al., 1979, 1980). Если все испытуемые сидели вместе, сообщнику было проще заставить их всех смеяться или аплодировать. Директорам театров и спортивным болельщикам известно, что «хороший зрительный зал» — это зал, в котором нет свободных мест, и ученые-психологи подтверждают это (Aiello et al., 1983; Worchel & Brown, 1984).

<Повышенное возбуждение, являющееся следствием пребывания в заполненном людьми помещении, способно усилить стресс. Однако «густонаселенность» становится менее сильным стрессором, если большие помещения разделены перегородками и у людей появляется возможность уединиться. *Evance et al.*, 1996, 2000>

{**Хороший зал — это полный зал.** Студенты Корнеллского университета, которые слушают лекции по вводному курсу в психологию в зале, вмещающем 2000 зрителей, на собственном опыте убедились в справедливости этого утверждения. Если бы количество слушателей не превышало 100 человек, они чувствовали бы себя здесь значительно менее «наэлектризованными»}

Возможно, вы сами замечали, что класс, в котором 35 учеников, лучше смотрится в помещении, рассчитанном именно на 35 человек, а не на 100. Отчасти это связано с тем, что у нас больше шансов увидеть реакцию окружающих и начать смеяться или аплодировать вместе с ними, когда они находятся поблизости. Но если вокруг слишком много людей, они могут стать причиной вашего возбуждения (Evans, 1979). Эванс протестировал несколько групп студентов Массачусетского университета, в каждой из которых было по 10 человек, помещая их в комнаты площадью либо 600, либо 96 квадратных футов. [54 и примерно 9 $м^2$ соответственно. — *Примеч. перев.*] У испытуемых, находившихся в маленькой комнате, по сравнению с теми, кто находился в большой, были более высокое артериальное давление и более учащенный пульс, а это — признаки возбуждения. При выполнении сложных заданий они сделали больше ошибок, хотя качество исполнения ими простых заданий не пострадало. К

аналогичным выводам пришли и Винеш Нагар и Джанак Панди, в чьих экспериментах участвовали студенты университетов Индии: большая скученность ухудшает качество выполнения только сложных заданий, например решения непростых анаграмм. Итак, пребывание в толпе усиливает возбуждение, которое благоприятствует доминирующим реакциям.

Почему нас возбуждает присутствие других людей?

До сих пор мы говорили о том, что если вы владеете какими-либо навыками, то присутствие зрителей «подстегнет» вас продемонстрировать все свое умение (если, конечно, вы не перевозбудитесь и не будете слишком озабочены тем, как и что вы делаете). Но то, что дается вам с трудом, в подобных обстоятельствах может оказаться вообще невыполнимым. Почему же присутствие посторонних возбуждает нас? Возможны три причины, и каждая из них имеет экспериментальное подтверждение.

Боязнь оценки

По мнению Николаса Коттрелла, наблюдатели вселяют в нас тревогу, потому что нам не все равно, как они нас оценивают. Чтобы проверить свою гипотезу и доказать существование **боязни оценки**, он вместе со своими коллегами повторил в Кентском университете [Кент — графство в Великобритании. — *Примеч. перев.*] эксперименты Зайонца и Сэйлза с бессмысленными слогами, дополнив их третьим условием: наблюдателям, которые «просто присутствовали», завязывали глаза якобы для того, чтобы подготовить их к эксперименту по изучению восприятия (Cottrell et al., 1968). В отличие от «зрячей» аудитории наблюдатели с завязанными глазами *не повлияли* на действия испытуемых.

Выводы Коттрелла были подтверждены и другими исследователями: усиление доминирующих реакций максимально, когда люди думают, что их оценивают. В одном из экспериментов, проведенных на беговой дорожке в Санта-Барбаре, бегуны трусцой из Калифорнийского университета, пробегая мимо сидевшей на траве женщины, прибавляли скорость, если она смотрела на них, и не делали этого, если она сидела к ним спиной (Worringham & Messick, 1983).

Боязнь оценки помогает также объяснить, почему:

— люди работают лучше, если соисполнители немного превосходят их (Seta, 1982);

— возбуждение уменьшается, когда группа, в которую входят люди, обладающие высоким статусом, «разбавляется» теми, чьим мнением мы не дорожим (Seta & Seta, 1992);

— наблюдатели оказывают наибольшее влияние на тех, кто более других озабочен их мнением (Gastorf et al., 1980; Geen & Gange, 1983);

— эффект социальной фасилитации наиболее заметен тогда, когда мы незнакомы с наблюдателями и нам трудно уследить за ними (Guerin & Innes, 1982).

Смущение, которое мы испытываем, когда нас оценивают, тоже может помешать нам справиться с тем, что мы лучше всего делаем автоматически, не задумываясь (Mullen & Baumeister, 1987). Если во время выполнения решающих свободных бросков баскетболисты будут думать о том, как они выглядят со стороны, и анализировать все свои движения, они, скорее всего, промахнутся.

Отвлечение внимания

Гленн Сандерс, Роберт Бэрон и Дэнни Мур развили мысль о боязни оценки и пошли немного дальше (Sanders, Baron & Moore, 1978; Baron, 1986). Они предположили: если люди задумываются о том, как работают их соисполнители, или о том, как реагирует аудитория, их внимание рассеивается. *Конфликт* между невозможностью отвлечься от окружающих и необходимостью сосредоточиться на выполняемой работе, будучи слишком тяжелой ношей для когнитивной системы, вызывает возбуждение. Свидетельства в пользу того, что люди на самом деле возбуждаются из-за рассеивания внимания, получены из экспериментов, в которых доказано: социальная фасилитация может быть следствием присутствия не только другого человека, но и неодушевленных предметов, например вспышек света (Sanders, 1981a, 1981b).

Факт присутствия наблюдателя

Тем не менее Зайонц полагает, что и без боязни оценки, и без отвлечения внимания сам факт присутствия наблюдателя способен стать причиной возбуждения. Например, испытуемые более определенно называли свои любимые цвета в присутствии наблюдателей (Goldman, 1967). При выполнении подобных заданий нет ни «верных», ни «неверных» ответов, которые могли бы оценить наблюдатели, а потому нет никаких оснований беспокоиться о том, какое мнение у них сложится. И все же их присутствие «электризует».

Вспомните, что аналогичный феномен наблюдается и в опытах с животными. Это позволяет предположить существование некоего врожденного механизма социального возбуждения, присущего большинству представителей животного мира. (Вряд ли животные сильно озабочены тем, как их оценивают другие животные!) Что же касается людей, то известно, что многих из тех, кто бегает трусцой, присутствие компаньонов «подстегивает» даже тогда, когда ни о соревновании, ни об оценке нет и речи.

Сейчас самое время вспомнить о том, для чего создаются теории. Как уже было сказано в главе 1, хорошая теория — это научная стенография: она упрощает и обобщает различные наблюдения. Теория социальной фасилитации прекрасно справляется с этой задачей. Она представляет собой простое резюме многих экспериментальных данных. Хорошая теория является и надежной основой для прогнозов, которые:

1) помогают подтверждать или модифицировать саму теорию;

2) указывают новые направления исследований;

3) намечают пути практического использования теории.

Что касается теории социальной фасилитации, то можно с уверенностью сказать, что прогнозы первых двух типов на ее основе сделаны:

1) основа теории (присутствие других возбуждает, и социальное возбуждение усиливает доминирующие реакции) подтверждена экспериментально;

2) теория вдохнула новую жизнь в ту область исследований, которая длительное время «пребывала в спячке».

Предполагает ли она также и реализацию пункта 3, т. е. практическое использование? Предлагаю подумать об этом вместе. Как следует из рис. 8.2, во многих современных офисных зданиях на смену небольшим изолированным кабинетам пришли огромные помещения, разделенные невысокими перегородками. Будет ли осознание присутствия коллег помогать работникам при выполнении хорошо знакомых операций и мешать при решении серьезных проблем, требующих творческого подхода? Можете ли вы сами предложить еще какие-нибудь практические приложения теории социальной фасилитации?

Рис. 8.2. В офисах с открытой планировкой люди работают на виду друг у друга. Как это может сказываться на производительности их труда?

Резюме

Сам факт присутствия посторонних — простейший вопрос социальной психологии. Результаты

некоторых ранних исследований этой проблемы свидетельствовали о том, что в присутствии наблюдателей или соисполнителей люди работают лучше. По данным других авторов, присутствие посторонних, напротив, делало работающего менее эффективным. Роберт Зайонц «примирил» эти противоречащие друг другу результаты, применив принцип, хорошо известный из экспериментальной психологии: возбуждение усиливает доминирующие реакции. Поскольку присутствие других вызывает возбуждение, присутствие наблюдателей или соисполнителей улучшает показатели при выполнении легких заданий (для них доминирующей реакцией является правильный ответ) и ухудшает показатели при выполнении сложных заданий (для них доминирующей реакцией является неправильный ответ).

Но почему присутствие других возбуждает нас? Результаты экспериментов позволяют предположить, что возбуждение отчасти является следствием боязни оценки, а отчасти — результатом рассеяния внимания — конфликта между отвлечением внимания на посторонних и необходимостью сосредоточиться на выполняемой работе. Результаты других исследований, в том числе и опытов над животными, свидетельствуют: само по себе присутствие посторонних может вызвать возбуждение даже тогда, когда нет ни отвлечения внимания, ни боязни оценок.

Социальная леность

Если в соревнованиях по перетягиванию каната участвует команда из 8 человек, будут ли их общие усилия равны сумме усилий 8 человек, участвующих в личном первенстве? Если нет, то почему? И какого личного вклада можно ожидать от всех членов рабочей группы?

Как правило, социальная фасилитация проявляется в тех случаях, когда люди работают над достижением индивидуальных целей и когда их личные усилия — будь то наматывание лески на катушку или решение арифметических задач — можно оценить индивидуально. Аналогичные ситуации возникают и в повседневной жизни, но не в тех случаях, когда люди сообща трудятся ради достижения *общей* цели, при этом каждый по отдельности *не несет* ответственности за прилагаемые усилия. Один пример подобных ситуаций — команда, участвующая в соревновании по перетягиванию каната. Другой — создание фонда в какой-либо организации (например деньги, полученные учениками за продажу конфет, идут на оплату путешествия, в которое отправляется весь класс). То же самое можно сказать и о проекте, который выполнен всем классом и за который все ученики получают одинаковые оценки. Способен ли командный дух увеличить результативность, когда речь идет о подобных «аддитивных заданиях», т. е. о таких заданиях, в которых достижение группы зависит от суммы индивидуальных усилий? Когда каменщики быстрее укладывают кирпичи — когда они объединены в бригады или когда трудятся поодиночке? Один из способов ответить на подобные вопросы — провести лабораторные эксперименты.

Чем больше рук, тем результативнее труд?

Будут ли участники командных соревнований по перетягиванию каната «выкладываться» так же, как при участии в личном первенстве? Почти 100 лет тому назад французский инженер Макс Рингельманн доказал, что коллективное усилие такой команды в 2 раза меньше суммы индивидуальных усилий (цит. по: Kravitz & Martin, 1986). А это значит: вопреки распространенному мнению, будто «коллектив — это сила», в действительности у членов группы может быть меньше оснований хорошо трудиться над выполнением «аддитивных заданий». Но может быть, неэффективные действия — просто результат плохой координации, например, члены команды тянут канат в разные стороны и не одновременно? Группа исследователей из штата Массачусетс во главе с Аланом Ингхэмом нашла остроумный способ исключить эти сомнения: участникам эксперимента было сказано, что остальные тоже тянут канат вместе с ними, хотя на самом деле его тянули только они (Ingham, 1974). После того как испытуемые, которым предварительно завязывали глаза, занимали позицию № 1 возле установки, представленной на рис. 8.3, им говорили: «Тяните с максимально возможным усилием». Усилие, которое они прикладывали, когда точно знали, что тянут канат в одиночку, на 18% превышало усилие, которое они прикладывали, думая, что за ними стоят и тянут канат другие испытуемые — от 2 до 5 человек.

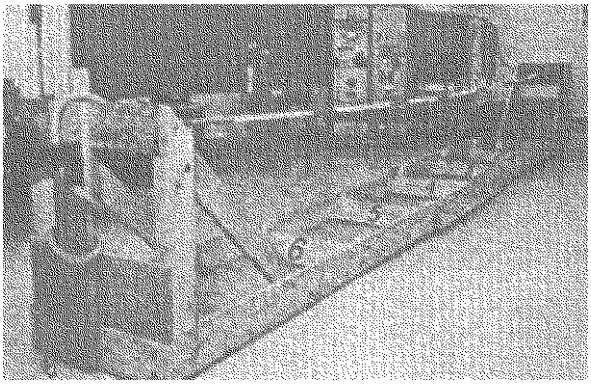


Рис. 8.3. Установка для перетягивания каната. Испытуемые, занимавшие позицию № 1, прикладывали меньше усилий, когда думали, что вместе с ними канат перетягивают и другие испытуемые, стоявшие позади них

Между тем Бибб Латане, Киплинг Уильямс и Стивен Харкинс не прекращали поисков иных способов изучения этого феномена, который они назвали *социальной леностью* (Latané, Williams & Harkins, 1979; Harkins et al., 1980). Они обратили внимание на то, что от 6 человек, кричащих или аплодирующих «изо всех сил», шума больше не в 6 раз, чем от одного, а всего лишь менее чем в 3 раза. Как и перетягивание каната, «производство шума» тоже подвержено влиянию неэффективности группы. Поэтому Латане и его коллеги последовали примеру Ингхэма и сделали так, чтобы участники их экспериментов, студенты Университета штата Огайо, поверили, будто другие тоже кричат или аплодируют, хотя на самом деле никто, кроме них, ничего не делал.

Латане проводил свои эксперименты следующим образом: шестерых испытуемых с завязанными глазами усаживали полукругом и давали всем наушники, через которые транслировали оглушительные крики или овации. Испытуемые не могли слышать криков и аплодисментов не только других испытуемых, но и своих собственных. В зависимости от сценария эксперимента их просили кричать или аплодировать либо в одиночку, либо вместе с другими. Люди, которым рассказали об этих экспериментах, предположили, что вместе с другими испытуемые будут кричать громче, ибо почувствуют себя более раскованно (Harkins, 1981). Что же оказалось на самом деле? Проявилась социальная леность: когда испытуемые думали, что другие 5 членов группы либо кричат, либо хлопают в ладоши, они производили в 3 раза меньше шума, чем когда думали, что занимаются этим в одиночку. Социальная леность проявлялась даже тогда, когда испытуемыми становились члены группы поддержки из средней школы, которые думали, что «шумят» вместе со всеми или в одиночку (Hardy & Latané, 1986).

Поразительно, но аплодировавшие как в одиночку, так и вместе с группой не считали себя ленивыми; им казалось, что они в обоих случаях «выкладываются» одинаково. То же самое происходит, если учащиеся работают над коллективным проектом, за который получат одинаковые оценки. Уильямс отмечает: сам факт существования лености признается всеми, но признать самого себя ленивым не желает никто.

Политолог Джон Суини, заинтересовавшийся политическими последствиями социальной лености, экспериментально изучал его в штате Техас (Sweeny, 1973). Студенты крутили педали велосипедов более энергично (об их усилии судили по количеству полученного при этом электричества) в тех случаях, когда знали, что экспериментаторы наблюдают за каждым из них в отдельности, чем тогда, когда думали, что оцениваются суммарные усилия всей команды. Когда работает группа, у ее членов появляется искушение проехаться за счет товарищей, т. е. стать «халявщиками».

В этом и еще в 160 других исследованиях (Karau & Williams, 1993, и рис. 8.4) перед нами в неожиданном виде предстает одна из психологически сил, «ответственных» за социальную фасилитацию: боязнь оценки.

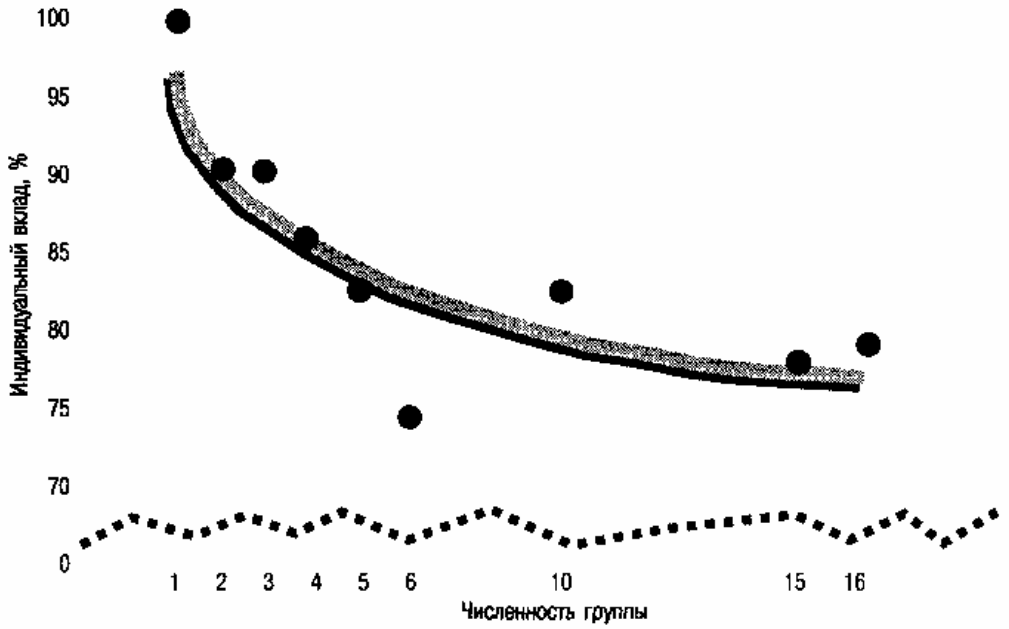


Рис. 8.4. Результаты статистического метаанализа 49 исследований, в которых приняли участие 4000 испытуемых, показывают: по мере увеличения численности групп индивидуальный вклад уменьшается, т. е. возрастает уровень социальной лености. Каждая точка соответствует обобщенным результатам одного из этих исследований. (*Источник*: Williams, Jackson & Karau. В книге «Social Dilemmas: Perspectives on Individuals and Groups». Ed. D. A. Schroeder, 1992, Praeger)

В экспериментах, которые проводятся для изучения социальной лености, испытуемые убеждены, что их оценивают только тогда, когда они действуют в одиночку. Коллективные действия (перетягивание каната, крики, аплодисменты и т. п.) уменьшают боязнь оценки. Когда люди ни за что не отвечают и не могут оценить собственные усилия, ответственность распределяется между членами группы (Harkins & Jackson, 1985; Kerr & Bruun, 1981). В экспериментах по изучению социальной фасилитации ситуация диаметрально противоположна: боязнь оценки возрастает. Становясь объектом внимания, люди внимательно следят за своим поведением (Mullen & Baumeister, 1987). Иными словами, «работает» один и тот же принцип: когда человек оказывается в центре внимания, его беспокойство о том, как его оценят, возрастает, при этом имеет место социальная фасилитация. Когда же у человека появляется возможность «затеряться в толпе» и вследствие этого уменьшается забота об оценке, проявляется социальная леность (рис. 8.5).

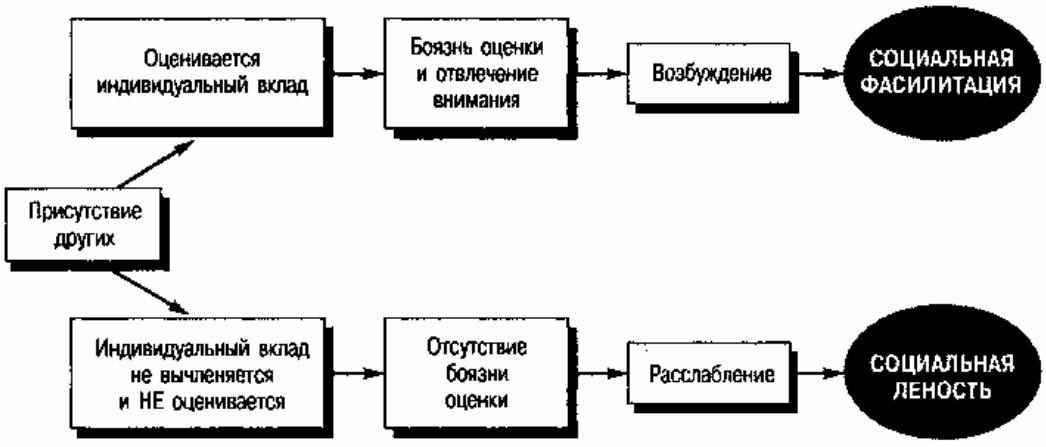


Рис. 8.5. Социальная фасилитация или социальная леность? Когда индивидуумов невозможно оценить или сделать ответственными за свои действия, более вероятна социальная леность

Один из способов мотивирования членов групп с целью борьбы с социальной леностью заключается в том, чтобы сделать индивидуальный вклад идентифицируемым. Некоторые футбольные

тренеры добиваются этого, записывая на видеопленку и оценивая действия каждого игрока в отдельности. Ученые из Университета штата Огайо, проводя эксперименты по социальной лености, во время «коллективных криков» надевали на испытуемых индивидуальные микрофоны (Williams et al., 1981). Работая в группе или в одиночку, люди прилагают больше усилий тогда, когда есть возможность оценить их личный вклад: члены университетской команды по плаванию во время эстафетных заплывов показывают более высокие результаты, если кто-то наблюдает за ними и громко объявляет их личное время (Williams et al., 1989). Участники одного непродолжительного полевого исследования — рабочие конвейера — без какого бы то ни было финансового вознаграждения увеличили выпуск готовой продукции на 16%, когда появилась возможность оценить личный вклад каждого (Faulkner & Williams, 1996).

Социальная леность в повседневной жизни

Насколько широко распространена социальная леность? В лабораторных условиях она проявляется не только тогда, когда испытуемые перетягивают канат, крутят педали велотренажера, кричат или аплодируют, но и тогда, когда они перекачивают воду или воздух, оценивают стихи или «передовицы» из газет, продуцируют идеи, печатают на компьютере или распознают сигналы. Можно ли распространить эти результаты и на то, чем люди занимаются постоянно, изо дня в день?

Когда в России у власти были коммунисты, работа в колхозах была организована так, что сегодня люди трудились на одном поле, завтра — на другом, и никто ни за что не отвечал. В личном пользовании они имели лишь небольшие участки земли. Между тем из одного аналитического обзора следует, что личные подсобные хозяйства колхозников, на долю которых приходился всего 1% всех обрабатывавшихся земель, давали 27% всей сельскохозяйственной продукции страны (H. Smith, 1976). В Венгрии в личном пользовании было всего 13% угодий сельскохозяйственного назначения, однако их доля в урожае составляла более 30% (Spivak, 1979). Когда китайским крестьянам власти разрешили продавать ту сельскохозяйственную продукцию, которая оставалась после расчетов с государством, ежегодный рост производства продуктов питания составил 8%, и за последние 26 лет их годовое производство увеличилось в 2,5 раза (Churh, 1986).

В Северной Америке есть рабочие, которые не платят членских взносов и не работают на общественных началах ни в профсоюзах, ни в профессиональных ассоциациях, тем не менее они всегда с удовольствием пользуются льготами, которые предоставляет членство в них. То же самое можно сказать и о зрителях общественного телевидения, которые не спешат откликаться на его просьбы о финансовой поддержке. Эти наблюдения позволяют говорить и о другом возможном объяснении происхождения социальной лености. Когда вознаграждение делится поровну, без учета индивидуальных вкладов в общую работу, любой «халявщик» получает большее вознаграждение (в пересчете на единицу затраченных усилий). Так что если не учитываются индивидуальные усилия и нет зависимости между ними и вознаграждением, нельзя исключать и подобного объяснения желания «затеряться в толпе».

Возьмем, к примеру, фабрику, продукция которой — консервированные огурцы, а основная работа — снимать с конвейера половинки огурцов нужного размера и класть их в банки. К несчастью, у рабочих слишком велико искушение запихивать в банки все огурцы, не обращая внимания на их размер, потому что их труд обезличен (банки скапливаются в одном бункере, откуда и поступают в отдел технического контроля). Уильямс, Харкинс и Латане отмечают, что из результатов экспериментального изучения социальной лености следует необходимость «сделать индивидуальную продукцию идентифицируемой», и спрашивают: «Сколько банок “укомплектовал” бы укладчик огурцов, если ему платили бы только за качественную работу?» (Williams, Harkins & Latané, 1981).

Социальная психология в моей работе

Когда я училась в аспирантуре и преподавала, у меня было немало возможностей наблюдать социальную психологию в действии. Планируя задания для своих учеников, я нередко прибегала к помощи теорий социальной лености и социальной фасилитации. Я использовала их для того, чтобы давать своим ученикам такие задания, которые требовали от каждого из них усилий и возлагали на них ответственность за общий результат. Чтобы у моих учеников появился дополнительный стимул

участвовать в общем труде, я напоминаю им об этих принципах социальной психологии. Моя цель — разгрузить наиболее активных студентов и распределить ответственность между теми, кто может поддаться соблазну увильнуть от работы над групповыми проектами.

Андреа Легор, Whitwoorth College, 2000

Впрочем, коллективные усилия не всегда расслабляют. Иногда цель настолько притягательна, а максимальные усилия каждого столь важны, что командный дух поддерживает или интенсифицирует усилия. Разве на Олимпийских играх во время гонок гребцы на «восьмерках» работают веслами менее энергично, чем их товарищи, выступающие на «двойках» или в одиночном разряде?

{**Командная работа.** Регата на реке Чарльз в Бостоне. Социальная леность проявляется в том случае, когда работающие в группах люди не несут личной ответственности за результаты своего труда. Исключения составляют группы, которые либо выполняют чрезвычайно трудную, привлекательную или интересную работу, либо объединяют людей, связанных дружескими отношениями}

Есть бесспорные доказательства того, что это не так. Члены групп реже «сачкуют», когда перед ними стоит *неординарная*, *интересная* и *увлекательная* цель (Karau & Williams, 1993). Участвуя в решении исключительно трудной задачи, люди могут воспринимать свой собственный вклад как незаменимый (Harkins & Petty, 1982; Kerr, 1983; Kerr & Bruun, 1983). Если люди считают других членов своей группы ненадежными или неспособными внести в общее дело заметный вклад, они начинают работать усерднее (Plaks & Higgins, 2000; Williams & Karau, 1991). Дополнительные стимулы или обращенный к группе призыв «не ударить в грязь лицом» тоже благоприятствуют коллективным усилиям (Harkins & Szymanski, 1989; Shepperd & Wright, 1989). Если группы уверены в том, что серьезные усилия обеспечат такое выполнение работы, которое принесет им вознаграждение, — скажем, персонал становящихся на ноги фирм имеет право покупать акции по льготной цене, — никто из их членов не будет работать спустя рукава (Shepperd & Taylor, 1999).

Социальная леность реже проявляется и в тех группах, члены которых дружат между собой или скорее идентифицируют себя с группой, чем смотрят на нее со стороны (Davis & Greenlees, 1992; Karau & Williams, 1997; Worchel et al., 1998). Латане отмечает, что киббуцы — израильские сельскохозяйственные коммуны — по производительности труда превосходят неколлективные хозяйства Израиля (Leon, 1969). Сплоченность интенсифицирует усилия. Именно поэтому Латане и заинтересовал следующий вопрос: знакомы ли ориентированные на коллективизм культуры с таким явлением, как социальная леность? В поисках ответа Латане и его коллеги отправились в Азию и повторили свои «шумовые» эксперименты в Японии, Таиланде, на Тайване, в Индии и Малайзии (Gabrenya et al., 1985). И что же они выяснили? Граждане этих стран тоже склонны к социальной лености.

Однако результаты 17 более поздних исследований позволяют говорить о том, что представителям коллективистских культур социальная леность свойственна в меньшей степени, нежели представителям индивидуалистических культур (Karau & Williams, 1993; Kugihara, 1999). Как уже отмечалось в главе 2, преданность семье и корпоративный дух принадлежат к числу важнейших нравственных ценностей коллективистских культур. По тем же самым причинам (см. главу 5) и женщины, будучи в массе своей менее эгоистичными, чем мужчины, реже, чем они, демонстрируют социальную леность.

Некоторые из данных этих исследований соответствуют результатам наблюдений над реальными рабочими коллективами. Когда перед группами ставятся труднодостижимые цели, когда коллективный успех достойно вознаграждается и когда присутствует то, что может быть названо командным духом, все члены группы трудятся засучив рукава (Hackman, 1986). Люди больше верят в собственную незаменимость, если группы немногочисленны, а все их члены имеют примерно равную квалификацию (Comer, 1995). Итак, поскольку социальная леность проявляется в тех случаях, когда члены группы работают вместе и нет личной ответственности каждого за результат, большое количество рабочих рук не всегда делает труд более легким.

Резюме

Социальная фасилитация изучается психологами в условиях, когда есть возможность оценить выполнение задания каждым испытуемым отдельно. Однако нередко люди трудятся коллективно, объединяя свои усилия, и при этом не несут личной ответственности за результаты своего труда. Результаты исследований свидетельствуют о том, что люди нередко работают менее усердно, участвуя в выполнении подобных «аддитивных заданий», чем тогда, когда трудятся в одиночку. Эти результаты соответствуют и наблюдениям над реальными трудовыми коллективами: отсутствие индивидуальной ответственности за результаты труда создает благоприятную почву для проявлений социальной лености.

Деиндивидуализация

В 1991 г. случайный свидетель снял на видеопленку, как четыре лос-анджелесских полицейских избивают безоружного Родни Кинга. Парень получил более 50 ударов резиновыми дубинками, ему выбили зубы, а череп был сломан в 9 местах, что стало причиной травмы мозга. За расправой пассивно наблюдали 23 офицера полиции. Демонстрация пленки по телевидению шокировала нацию и ввергла ее в продолжительную дискуссию о зверствах полиции и жестокости толпы. Постоянно звучали одни и те же вопросы: куда подевался «гуманизм» полицейских? Что случилось со стандартами профессионального поведения? Что могло спровоцировать подобные действия?

Вместе мы делаем то, чего не стали бы делать в одиночку

Результаты экспериментов по социальной фасилитации говорят о том, что группы способны возбуждать людей. Если возбуждение накладывается на отсутствие личной ответственности, а общепринятые нормы поведения размываются, последствия могут быть самыми неожиданными. В подобных ситуациях люди способны на самые разные поступки — от нарушений правил поведения (швыряние еды в обеденном зале, препирательство с рефери, крики во время рок-концерта) до импульсивных проявлений самых низменных чувств (группового вандализма, оргий, ограблений) и деструктивных социальных взрывов (зверств со стороны полицейских, бунтов и самосуда толпы). В 1967 г. 200 студентов Университета штата Оклахома собрались, чтобы посмотреть на своего не вполне адекватного соученика, который грозился броситься вниз с башни. Когда они начали кричать: «Прыгай! Прыгай!», парень спрыгнул и разбился насмерть (UPI, 1967).

{Узнав о зверской расправе над Родни Кингом, учиненной полицейскими Лос-Анджелеса, люди постоянно задавали себе один и тот же вопрос: почему у человека отказывают присущие ему «сдерживающие центры», когда он попадает в групповую ситуацию?}

Перечисленные случаи необузданности имеют нечто общее: все они так или иначе спровоцированы властью группы. Группы способны породить чувство возбуждения или вовлеченности в нечто большее, чем то, на что способен индивид сам по себе. Трудно представить себе любителя рок-музыки, который кричит во время концерта для узкого круга друзей, или какого-нибудь студента Оклахомского университета, в одиночку подталкивающего кого-либо к самоубийству, или даже офицера полиции, в одиночку избивающего безоружного мотоциклиста. В некоторых групповых ситуациях люди более склонны к тому, чтобы отбросить ограничения, действующие в повседневной жизни, утратить собственное Я и стать восприимчивыми к групповым нормам или к нормам толпы. Иными словами, происходит то, что Леон Фестингер, Альберт Пепитоун и Теодор Ньюком назвали **деиндивидуализацией** (Festinger, Pepitone & Newcomb, 1952). Какие обстоятельства порождают это психологическое состояние?

Численность группы

Любая группа способна не только возбуждать своих членов, но также делает их неидентифицируемыми. Орущая толпа скрывает орущего баскетбольного фаната. Пребывание в толпе себе подобных внушает линчевателям веру в собственную безнаказанность: они воспринимают то, что происходит, как *групповую акцию*. Участники уличных беспорядков, обезличенные толпой, не боятся

грабить. Проанализировав 21 эпизод, когда толпа присутствовала при том, как кто-то грозился спрыгнуть с крыши или с моста, Леон Манн пришел к следующему выводу: когда толпа была немногочисленной и дело происходило днем, люди обычно не старались подначивать потенциального самоубийцу (Mann, 1981). Однако если многочисленность или темнота гарантировали свидетелям анонимность, толпа, как правило, подначивала его и глумилась над ним. К аналогичному выводу пришел и Брайан Маллен, изучавший случаи линчевания: чем многочисленнее толпа, тем заметнее утрата ее членами чувства самосознания и их готовность совершать такие зверства, как сожжение, растерзание или расчленение жертвы. В каждом из этих примеров — от толпы спортивных фантов до банды линчевателей — боязнь оценки стремительно падает. Поскольку «все так поступают», участники события могут объяснить свое поведение скорее ситуацией, нежели собственным выбором.

<Толпа — это сборище тел, добровольно лишивших себя рассудка. *Ральф Валдо Эмерсон*, «Компенсация». Эссе. Первые выпуски, 1841>

Филип Зимбардо полагает, что сама по себе необъятность мегаполисов создает анонимность, а следовательно и нормы, допускающие вандализм (Zimbardo, 1970). Он купил две подержанные машины 10-летнего «возраста» и оставил их под открытым небом без номерных знаков и с поднятыми капотами — одну в Бронксе, возле старого кампуса Нью-Йоркского университета, а вторую — возле кампуса Стэнфордского университета в небольшом городке Пало-Альто. В Нью-Йорке первые «специалисты по раздеванию машин», появившиеся через 10 минут, утащили аккумулятор и радиатор. Через 3 дня, в течение которых имели место 23 случая воровства и вандализма, совершенных прилично одетыми белыми людьми, автомобиль превратился в груду бесполезного металлолома. Совсем по-другому сложилась «судьба» автомобиля, оставленного в Пало-Альто: за неделю к ней прикоснулся всего лишь один человек и то лишь для того, чтобы опустить капот, потому что начался дождь.

Физическая анонимность

Можно ли быть уверенным в том, что причина разительного контраста между Бронксом и Пало-Альто — большая анонимность в Бронксе? Нет, нельзя. Но мы можем провести соответствующие эксперименты и выяснить, действительно ли анонимность благоприятствует вседозволенности. В одном из оригинальных экспериментов Зимбардо участвовали женщины из Нью-Йоркского университета, которых он одевал в одинаковые белые балахоны с капюшонами, похожие на те, что носят ку-клукс-клановцы (Zimbardo, 1970) (рис. 8.6). Когда Зимбардо попросил своих испытуемых нанести удар током некоей женщине, они держали палец на кнопке в два раза дольше, чем женщины, на груди которых висели большие таблички с именами.

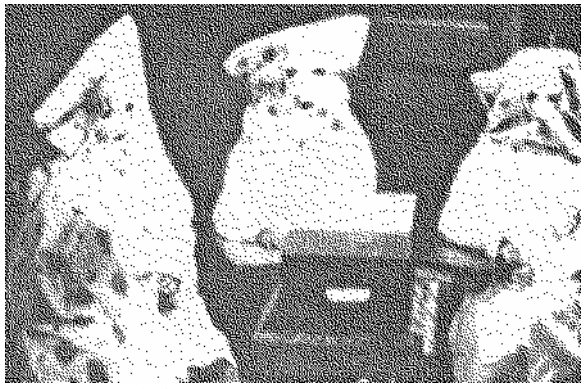


Рис. 8.6. Женщины, лица которых были скрыты под масками, нанесли беззащитным жертвам более сильные удары током, чем идентифицируемые участницы эксперимента

Изучая это явление, Патриция Эллисон, Джон Говерн и их коллеги провели на улицах следующий эксперимент (Ellison, Govern et al., 1995): когда их помощница-водитель останавливалась перед светофором, то после того, как загорался зеленый, она в течение 12 секунд не трогалась с места каждый раз, когда за ней оказывался автомобиль с откидным верхом или внедорожник. В это время она фиксировала все гудки (умеренно агрессивные действия), которые подавал стоявший за ней водитель. По сравнению с водителями автомобилей с поднятым верхом и внедорожников водители, которые были

относительно неидентифицируемыми, потому что верх их автомобилей был опущен, вели себя менее сдержанно: они начинали сигналить раньше (уже через 4 секунды), подавали в 2 раза больше сигналов, причем длительность каждого из них была в 2 раза дольше.

Группа исследователей во главе с Эдом Динером остроумно продемонстрировала одновременное влияние пребывания в группе и физической анонимности (Diener et al., 1976). Накануне Хэллоуина они в Сиэтле наблюдали за детьми, ходившими по домам с традиционными для этого праздника обращениями «угости, а то пожалеешь» (всего в поле зрения исследователей попали 1352 ребенка). В каждом из 27 домов, разбросанных по всему городу, детей, подходивших группами или поодиночке, приветливо встречал экспериментатор; он предлагал им взять «по *одной* конфетке» и выходил из комнаты. Наблюдавшие за детьми и остававшиеся не замеченными ими участники эксперимента обнаружили, что дети в группах более чем в 2 раза чаще «одиночек» не ограничивались одной конфетой. Кроме того, оказалось, что среди тех, у кого «хозяин дома» спросил имя и адрес, нарушителей было в 2 раза меньше, чем среди тех, кто остался анонимным. Как следует из данных рис. 8.7, количество нарушений весьма сильно зависит от ситуации. Большинство детей, оказавшись в тени других членов группы, что сопровождалось их анонимностью, не ограничились одной конфетой.

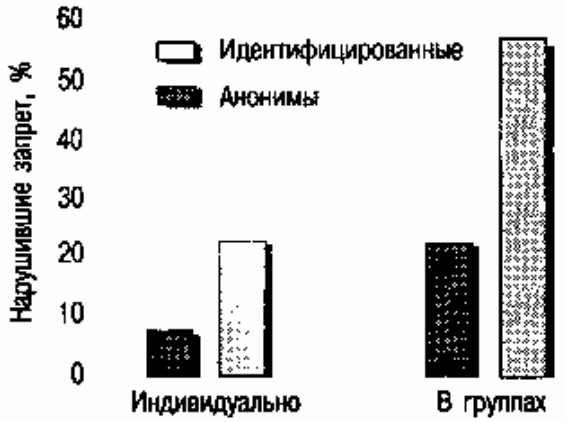


Рис. 8.7. Дети были более склонны нарушить запрет и взять не одну конфету и когда находились в группе, и когда оставались анонимами. Однако наиболее отчетливо эта тенденция проявилась в тех случаях, когда анонимность накладывалась на пребывание в группе. (*Источник*: Diener et al., 1976)

Под влиянием результатов этих экспериментов я задумался над ролью ношения униформы. Готовясь к сражениям, воины некоторых племен (подобно фанатичным болельщикам спортивных команд) обезличивают себя, либо раскрашивая лица и тела, либо надевая маски. Правила обращения с пленными после битвы у разных культур разные: одни убивают, мучают или калечат их, другие оставляют в живых. Роберт Уотсон, тщательно изучивший различную антропологическую информацию, пришел к выводу: жестоким обращением с пленными отличаются те культуры, которым присуща деиндивидуализация воинов (Watson, 1973). Облаченные в униформу лос-анджелесские полицейские, избившие Родни Кинга, пришли в ярость от его вызывающего отказа остановить машину. Они действовали в полном согласии, не подозревая о том, что за ними кто-то наблюдает. Забыв о нормах поведения, они оказались во власти ситуации.

{Английские футбольные фанаты после учиненного ими погрома, во время которого рухнула стена и погибли 39 человек. (1985 г., Брюссель). По мнению одного журналиста, в течение 8 лет общавшегося с футбольными хулиганами, по отдельности они — вполне симпатичные люди, но когда они собираются вместе — в них вселяется дьявол. (*Источник*: Buford, 1992)}

Можно ли сказать, что физическая анонимность *всегда* выявляет наши худшие инстинкты? К счастью, нет. Во всех описанных выше ситуациях люди реагировали на откровенно антисоциальные признаки. Роберт Джонсон и Лесли Даунинг отмечают, что костюмы, аналогичные облачению ку-клукс-клановцев, которые носили испытуемые Зимбардо, могли провоцировать враждебность (Johnson & Downing, 1979). В ходе эксперимента, проведенного в Университете штата Джорджия, женщины надевали униформу медсестер, прежде чем решить, какой силы удар током должен получить тот или иной человек. Когда женщины в униформах превращались в анонимов, они становились менее

агрессивными в том, что касалось этих ударов, чем когда были известны их имена и профессиональная принадлежность. Из результатов метаанализа 60 исследований деиндивидуализации следует, что человек, становясь анонимом, начинает меньше осознавать себя самого и больше — группу; он также становится более чувствительным к отличительным признакам ситуации, независимо от того, позитивны они (униформа медсестры) или негативны (балахон ку-клукс-клановца) (Postmes & Spears, 1998; Reicher et al., 1995). Оказавшись в ситуации, ассоциирующейся с альтруизмом, «обезличенные» люди жертвуют даже больше денег, чем обычно (Spirvey & Prentice-Dunn, 1990).

<Использование самоконтроля — то же самое, что и использование тормоза локомотива. Он полезен, если вы обнаружили, что двигаетесь в неверном направлении, и вреден, если направление верное. *Бертран Расселл*, Брак и мораль, 1929>

Это помогает понять, почему ношение черной униформы, традиционно ассоциирующейся с дьяволом, со смертью, со средневековыми палачами, Дартом Вейдером и воинами ниндзя, оказывает влияние, противоположное тому, которое оказывает униформа медсестры. По данным Марка Франка и Томаса Гиловича, в 1970-1986 гг. спортивные команды, имеющие черные формы (список возглавляют *Los Angeles Raiders* и *Philadelphia Flyers*), стабильно занимают в Национальных футбольной и хоккейной лигах соответственно первые места по количеству взысканий (Frank & Gilovich, 1988). Лабораторные исследования, проведенные после публикации этой работы, позволяют говорить о том, что одного лишь черного свитера может быть достаточно, чтобы человек начал вести себя более агрессивно.

Возбуждающие и отвлекающие занятия

Агрессивным выходкам больших групп нередко предшествуют малозначительные акции, которые возбуждают их членов и отвлекают их внимание. Такие коллективные действия, как крики, скандирование, хлопанье в ладоши или танцы, одновременно и «взвинчивают» людей, и снижают уровень их самоосознания. Один из членов секты Муна вспоминает, как скандирование «чу-чу» помогло деиндивидуализации:

«Вся братья и сестры, взявшись за руки, начали скандировать с возрастающей громкостью: «чу-чу-чу, чу-чу-чу! ЧУ-ЧУ-ЧУ! ЯА! ЯА! ПАУ!!!» Это превратило нас в группу, словно мы только что пережили вместе нечто важное. То, что это «чу-чу -чу!» получило над нами такую власть, напугало меня, но одновременно я почувствовал себя более комфортно, и было нечто очень расслабляющее в этом постепенном накоплении и высвобождении энергии» (Zimbardo et al., 1977, p. 186).

<Посещение службы в готическом соборе дает нам ощущение погруженности в безграничную Вселенную и замкнутости в ней, а присутствие людей, которые молятся вместе с нами, — ощущение утраты доставляющего неудобства чувства собственного Я. *Йи-Фу Туан*, 1982>

Эксперименты Эда Динера показали, что такие действия, как бросание камней и пение хором, могут подготовить почву для более решительных действий (Diener, 1976, 1979). Совершение импульсивных действий и наблюдение за окружающими, занимающимися тем же самым, доставляет самоусиливающееся удовольствие. Когда мы видим, что другие делают то же самое, что и мы, нам кажется, что они испытывают те же чувства, какие испытываем мы сами, и наши чувства становятся более сильными (Orive, 1984). Более того, импульсивное групповое действо приковывает к себе наше внимание. Когда мы поносим рефери, то не думаем о своих нравственных ценностях, а реагируем на сиюминутную ситуацию. Позднее, «протрезвев» и задумавшись над тем, что было нами сделано или сказано, мы порой испытываем сожаление. Порой. А иногда наоборот — ищем возможности обезличиться в каких-либо коллективных действиях — в танцах, в религиозных отправлениях, в мероприятиях, проводимых группой, т. е. там, где мы переживаем сильные положительные эмоции и ощущаем свою общность с окружающими.

Ослабленное самоосознание

Коллективный опыт ослабляет не только самоосознание, но и связь между поведением и установками. Результаты экспериментов, проведенных Эдом Динером (Diener, 1980), а также Стивеном Прентис-Данном и Рональдом Роджерсом (Prentice-Dunn & Rogers, 1980, 1989), позволяют говорить о

том, что не осознающие себя, деиндивидуализированные люди менее сдержанны, менее склонны к самоограничению, более склонны к тому, чтобы действовать, не думая о своих нравственных ценностях, и более активно реагируют на ситуации. Эти данные дополняют и подкрепляют результаты тех экспериментов по *самоосознанию*, которые были обсуждены в главе 3.

Самоосознание диаметрально противоположно деиндивидуализации. Люди, уровень самоосознания которых повышен в результате того, что они оказались, например, перед телекамерой или перед зеркалом, демонстрируют усиленный *самоконтроль*, а их действия более отчетливо отражают их установки. Пробуя различные сыры, люди выбирают наименее жирные сорта, если дегустация происходит перед зеркалом (Sentyrz & Bushman, 1998). Возможно, диетологам стоит позаботиться о том, чтобы во всех кухнях висели зеркала.

Люди, уровень самоосознания которых повышен тем или иным способом, реже обманывают (Beaman et al., 1979; Diener & Wallbom, 1976). То же самое можно сказать и о людях с сильно развитым чувством самостоятельности и независимости (Nadler et al., 1982). У людей, которые либо обладают развитым чувством самоосознания, либо на время становятся такими благодаря тем или иным обстоятельствам, слова, как правило, не расходятся с делами. Кроме того, они становятся и более вдумчивыми, а потому менее склонными отвечать на призывы, противоречащие их нравственным ценностям (Hutton & Baumeister, 1992).

Следовательно, все факторы, способствующие ослаблению самоосознания, в частности алкоголь, усиливают деиндивидуализацию (Hull et al., 1983). И наоборот: все, что усиливает самоосознание, ослабляет деиндивидуализацию: зеркала и телекамеры, маленькие города, яркий свет, бросающиеся в глаза таблички с именами, не нарушаемая ничем тишина, индивидуальная одежда и индивидуальное жилище (Ickes et al., 1978). «Развлекайся и помни, кто ты» — вот лучший совет, который могут дать родители уходящему на вечеринку подростку. Иными словами, получай удовольствие от общения с товарищами, но оставайся личностью и сохраняй собственную индивидуальность.

Резюме

Когда высокий уровень социального возбуждения накладывается на «размытую» ответственность, люди способны забыть о присущей им в обычных обстоятельствах сдержанности и утратить чувство индивидуальности. Подобная деиндивидуализация наиболее вероятна тогда, когда люди возбуждены, а их внимание отвлечено; в таких ситуациях люди ощущают себя анонимами, затерявшимися в толпе или скрывшимися за форменной одеждой. Результатом становится ослабление самоосознания и повышенная реактивность по отношению к сиюминутной ситуации, независимо от того, позитивна она или негативна.

Групповая поляризация

Многие конфликты углубляются в связи с тем, что люди, находящиеся «по обе стороны баррикад», обсуждают проблему преимущественно в беседах со своими единомышленниками. Можно ли сказать, что при этом радикализируются существовавшие прежде установки? И если да, то почему?

Какие последствия — позитивные или негативные — чаще всего имеет групповое взаимодействие? Зверства полицейских и жестокость толпы демонстрируют его деструктивный потенциал. Между тем лидеры групп поддержки, консультанты по менеджменту и теоретики образования пропагандируют его преимущества, а социальные и религиозные движения призывают своих членов крепить связи со своими единомышленниками, усиливая тем самым собственную идентичность.

Результаты исследований помогают понять результаты группового взаимодействия. Изучение поведения людей в немногочисленных группах помогло сформулировать принцип, который позволяет объяснить происхождение как позитивных, так и негативных последствий группового взаимодействия: дискуссия в группе часто радикализирует изначальные установки ее членов. История изучения этого принципа, названного *групповой поляризацией*, иллюстрирует процесс познания, а именно то, как

интересное открытие нередко приводит ученых к поспешному и ошибочному заключению, на смену которому в конце концов приходят более точные выводы. То, о чем речь пойдет ниже, — одна из научных загадок, и у вас есть возможность узнать о ней из первых рук, поскольку я был одним из тех, кому довелось разгадывать ее.

Пример «сдвига в сторону риска»

Начало исследованиям, литература о которых сейчас насчитывает более 300 публикаций, положило открытие, сделанное Джеймсон Стоунером, в то время аспирантом Массачусетского технологического института (Stoner, 1961). Работая над магистерской диссертацией, посвященной менеджменту в промышленности, он задался целью выяснить, соответствует ли действительности распространенное мнение, будто группы более осмотрительны, нежели отдельные индивидуумы. Он разработал сценарий принятия решения, согласно которому участники эксперимента должны были дать совет вымышленному персонажу относительно степени риска, на который он может пойти. Какой совет дали бы вы сами этому персонажу в подобной ситуации? А ситуация такова:

«Элен — очень талантливая, по общему мнению, писательница. До сих пор она жила безбедно, зарабатывая деньги дешевыми вестернами. Не так давно ей в голову пришла идея засесть за серьезный роман. Если он будет написан и принят, то может стать серьезным событием литературной жизни и окажет заметное влияние на карьеру Элен. Но с другой стороны, если она не сможет реализовать свою идею или если роман потерпит фиаско, окажется, что она потратила впустую много времени и сил.

Представьте себе, что Элен обратилась к вам за советом. Пожалуйста, отметьте *наименьшую* — с вашей точки зрения — приемлемую для Элен вероятность успеха, при которой ей стоит попытаться написать задуманный роман.

Элен должна попытаться написать роман, если шансы на его успех как минимум

___ 1 из 10
___ 2 из 10
___ 3 из 10
___ 4 из 10
___ 5 из 10
___ 6 из 10
___ 7 из 10
___ 8 из 10
___ 9 из 10
___ 10 из 10. (Поставьте галочку здесь, если считаете, что Элен должна взяться за роман и если вы уверены, что успех обеспечен).»

Приняв собственное решение, постарайтесь представить себе, что посоветовал бы Элен типичный читатель этого пока еще не написанного романа.

Решив, какими будут их личные советы по дюжине подобных дилемм, испытуемые затем должны собраться в группы численностью примерно 5 человек и прийти к согласию по каждой из них. И каков, по-вашему, результат? Изменятся ли групповые решения по сравнению со среднестатистическими решениями, принятыми до дискуссии? А если изменятся, то как? Какими будут групповые решения — более рискованными или более осторожными, чем индивидуальные решения?

К всеобщему удивлению, все групповые решения оказались более рискованными. За этим открытием последовал своего рода исследовательский бум: ученые начали активно изучать феномен, получивший название «сдвиг к риску». Оказалось, что сдвиг к риску имеет место не только при достижении группой консенсуса; после непродолжительной дискуссии индивиды, работавшие вне группы, тоже изменяли свои решения. Более того, ученые успешно повторили результаты Стоунера, привлекая к участию в своих экспериментах в качестве испытуемых людей разных возрастов, разных специальностей и принадлежащих к дюжине разных национальностей.

Во время дискуссии происходило сближение позиций. Однако достоин удивления тот факт, что точка, к которой «устремлялись» разные мнения, как правило, соответствовала меньшей вероятности, т. е. большему риску, чем средние показатели начальных мнений членов группы. В этом и заключалась головоломка, достойная восхищения. Эффект незначительного сдвига к риску был надежным,

неожиданным и не имел лежащего на поверхности объяснения. Какие групповые факторы вызывали этот эффект? И насколько широко он распространен? Можно ли сказать, что дискуссии в жюри присяжных, в деловых кругах и в военных организациях тоже благоприятствуют сдвигу к риску? Не в этом ли кроется ответ на вопрос, почему подростковое лихачество за рулем, мерилом которого является количество дорожно-транспортных происшествий со смертельным исходом, едва ли не удваивается, если в машине, кроме 16- или 17-летнего водителя, оказываются еще два человека (Chen et al., 2000)?

Спустя несколько лет, в течение которых продолжались исследования, мы с удивлением поняли, что сдвиг к риску не универсальное явление. Можно разработать сценарий решения такой дилеммы, дискуссия по которой приведет к принятию более *осмотрительного* решения. Главным действующим лицом одного из таких сценариев был «Роджер», молодой женатый мужчина, отец двоих детей, имеющий гарантированную, но низкооплачиваемую работу. Роджеру хватает денег на все необходимое, но ничего сверх этого он не может себе позволить. Он узнает, что цена акций не слишком известной компании может в скором времени подскочить в 3 раза, если ее новое изделие будет хорошо встречено потребителями, однако она может и существенно понизиться, если этого не произойдет. У Роджера нет никаких сбережений. Чтобы купить акции, он должен продать свой страховой полис.

Можете ли вы сформулировать общий принцип, прогнозирующий как тенденцию к более рискованному совету после обсуждения ситуации Элен, так и более осторожный совет после обсуждения ситуации Роджера?

Если вы рассуждаете так же, как большинство людей, вы посоветуете Элен рискнуть, а Роджеру — проявить благоразумие даже до обсуждения их ситуаций с другими. Оказывается, дискуссии обладают ярко выраженной способностью усиливать эти изначальные склонности.

Именно поэтому исследователи и поняли, что этот групповой феномен является скорее присущей групповой дискуссии тенденцией усиливать изначальные мнения членов группы, а не стойким сдвигом к риску. Эта мысль заставила психологов предположить существование феномена, названного Сержем Московичи и Маризой Заваллони **групповой поляризацией** (Moscovici & Zavalloni, 1969): *в большинстве случаев обсуждение усиливает* усредненное мнение членов группы.

Интенсифицируют ли группы мнения?

Экспериментальное изучение групповой поляризации

Новые представления об изменениях, возникающих в результате групповой дискуссии, подтолкнули исследователей к проведению экспериментов, в ходе которых испытуемые обсуждали утверждения, разделяемые или отвергаемые большинством из них. Радикализирует ли такая дискуссия изначальные позиции ее участников, как это имело место при принятии решений по дилеммам? Можно ли сказать, что в группах не только склонные к риску индивидуумы становятся еще более склонными к нему, но и религиозные фанатики становятся еще более фанатичными, а меценаты — еще бо́льшими филантропами? (рис. 8.8).

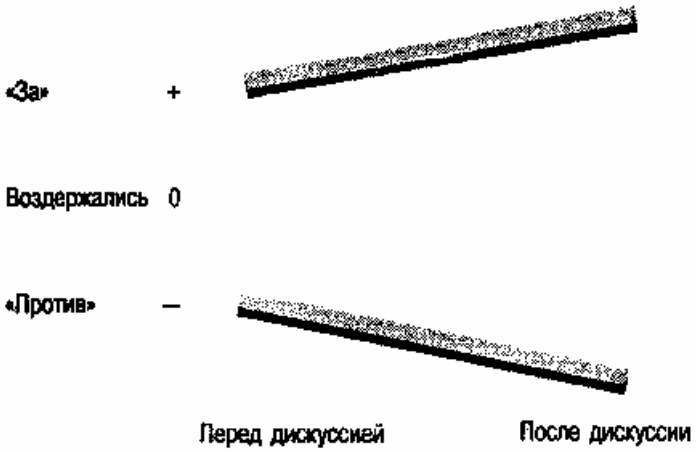


Рис. 8.8. Гипотеза групповой поляризации прогнозирует, что в результате дискуссии мнение,

разделяемое членами группы, усиливается

Многочисленные исследования подтверждают факт существования групповой поляризации. По данным Московичи и Заваллони, в результате обсуждений усилилось изначально позитивное отношение французских студентов к своему президенту и изначально негативное отношение к американцам (Moscovici & Zavalloni, 1969). Мититоши Исозаки отмечает, что после обсуждения дорожно-транспортных происшествий японские студенты университета более решительно выносили суждение «виновен» (Isozaki, 1984). По данным Глена Уайта, в группах обостряется феномен «уже слишком много вложено, чтобы бросать», стоивший многим предпринимателям огромных финансовых затрат (Whyte, 1993). Согласно сценарию эксперимента, канадские студенты, изучавшие бизнес, должны были решить, нужно ли вкладывать дополнительные деньги в различные проекты, терпящие фиаско, в надежде предотвратить потери (например, нужно ли брать весьма рискованный кредит, чтобы защитить инвестиции, сделанные ранее). Результат дискуссии оказался вполне типичным: 72% высказались за реинвестицию, на что они вряд ли согласились бы, если бы речь шла о совершенно новом вложении денег на собственный страх и риск. Когда подобное решение принималось после обсуждения в группе, за него высказались 94% участников дискуссии.

По другому сценарию надо было подобрать для обсуждения такие темы, мнения по которым разойдутся, а затем отделить от остальных тех испытуемых, которые придерживаются одинаковой точки зрения. Усилит ли дискуссия с единомышленниками их позицию? Увеличится ли после нее разрыв между сторонниками двух точек зрения?

Заинтересовавшись этим, мы с Джорджем Бишопом пригласили для участия в своих экспериментах учащихся средних школ (с большей или меньшей склонностью к расовой дискриминации) и попросили их ответить — до обсуждения и после него — на вопросы, затрагивающие расовые установки, например: что они поддерживают — право собственности или запрет на расовую дискриминацию при продаже и сдаче в аренду жилья (Myers & Bishop, 1970)? Оказалось, что обсуждение проблемы единомышленниками на самом деле увеличило разрыв, изначально существовавший между двумя группами (рис. 8.9).

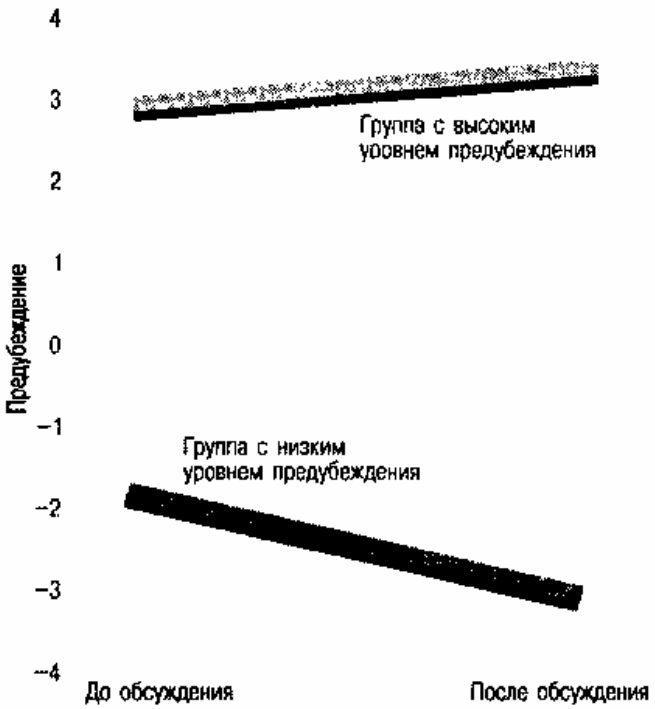


Рис. 8.9. Дискуссия усилила разрыв между группами единомышленников — учащимися средних школ с ярко и неярко выраженными расовыми предрассудками. Обсуждение проблем, затрагивающих расовые установки, усиливает расистские настроения учащихся с ярко выраженной склонностью к расовой дискриминации и ослабляет у тех, кто не столь откровенно склонен к ней

Естественно возникающая групповая поляризация

В повседневной жизни мы, как правило, объединяемся со своими единомышленниками (глава 11). (Вспомните о собственном круге общения.) Можно ли сказать, что постоянное общение с ними усиливает наши общие установки? Становятся ли «трудоголики» еще более трудолюбивыми, а плуты — более склонными к мошенничеству?

Групповая поляризация в школах. Одним из житейских аналогов лабораторных экспериментов является то, что специалисты по проблемам образования назвали «феноменом акцентуации»: с течением времени изначальный разрыв между группами студентов колледжей становится все более и более заметным. Если в начале обучения студенты колледжа *X* более интеллектуальны, чем студенты колледжа *Y*, то за время обучения разница между ними, скорее всего, возрастет. То же самое можно сказать и о членах разных студенческих клубов, и о не вошедших в них более либеральных студентах: к моменту окончания колледжа их политические взгляды разойдутся еще больше (Pascarella & Terenzini, 1991). Исследователи полагают, что это отчасти связано с усилением установок, общих для членов группы.

{Стаи животных. Эта стая — нечто большее, чем просто четыре волка}

Групповая поляризация в коммунах. Поляризация происходит и «по месту жительства». Если возникают конфликты между различными городскими районами или муниципальными образованиями, единомышленники объединяются с бо́льшим рвением и их общая позиция становится более радикальной. Бандитизм является результатом взаимного усиления орудующих по соседству банд, членов которых роднят одинаковые установки и одинаково враждебное отношение к окружающим (Cartwright, 1975). Если в вашем квартале появляется «второй 15-летний подросток, склонный к правонарушениям, вдвоем они, как команда, скорее всего, натворят больше бед, чем каждый из них в одиночку... Банда — это не просто сумма образующих ее индивидуумов; она более опасна» (Lykken, 1997). Так оно и есть: «предоставленные самим себе группы подростков — самый надежный прогностический параметр роста преступности там, где они живут» (Veysey & Messner, 1999). Более того, когда экспериментаторы вводят в группы подростков с преступными наклонностями дополнительных членов, количество правонарушений *возрастает*, что, разумеется, не удивляет ни одного исследователя групповой поляризации (Dishion et al., 1999).

<Южноафриканский суд при рассмотрении двух дел смягчил приговор, узнав, каким образом такие социально-психологические феномены, как деиндивидуализация и групповая поляризация, провоцируют находящихся в толпе людей на убийства (Colman, 1991). Согласны ли вы с тем, что суды должны рассматривать социально-психологические феномены как возможные смягчающие обстоятельства?>

На основании проведенного анализа террористических организаций во все мире Кларк Мак-Коли и Мэри Сигал пришли к выводу о том, что терроризм не возникает внезапно (McCauley & Segal, 1987). Более вероятно, что его носителями становятся люди, сплочению которых способствовали общие обиды. По мере того как они, оторванные от влияния толерантно настроенных людей, взаимодействуют друг с другом, их взгляды становятся все более и более экстремистскими. Социальный усилитель делает сигнал более разрушительным. Результатом становятся такие проявления жестокости, на которые никогда не пошли бы индивидуумы, не объединенные в группы. Резня — это групповой феномен, возможный только потому, что убийцы подначивают друг друга (Zajonc, 2000).

Проблема крупным планом. *Групповая поляризация*

Примером поляризации мнения единомышленников является приводимый ниже диалог сторонников Юлия Цезаря.

Антоний: Я вижу, что вы все растроганы: то слезы состраданья.
Вы плачете, увидевши раненья
На тоге Цезаря? Сюда взгляните,
Вот Цезарь сам, убийцами сраженный.
Первый гражданин: О, скорбный вид!
Второй гражданин: О, благородный Цезарь!
Третий гражданин: Злосчастный день!

Четвертый гражданин: Предатели, убийцы!
Первый гражданин: О, зрелище кровавое!
Второй гражданин: Мы отомстим!
Все: Месть! Восстанем! Найти их! Сжечь! Убить! Пусть ни один предатель не спасется!
В. Шекспир, Юлий Цезарь. Акт 3. Сцена 2. (Перевод Михаила Зенкевича)

Групповая поляризация в Интернете. Электронная почта и электронные чаты представляют собой новую среду группового взаимодействия. К началу нового века 85% канадских подростков уже еженедельно проводили в Интернете в среднем по 9,3 часа (TGM, 2000). Пацифисты и неонацисты, знатоки готического стиля и вандалы, заговорщики и избежавшие смерти раковые больные создают бесчисленные виртуальные сообщества, в которых находят поддержку единомышленников, разделяющих их интересы, заботы и опасения (McKenna & Bargh, 1998, 2000). Будет ли в таких группах, где отсутствуют нюансы невербального общения, присущие контактам «лицом к лицу», возникать эффект групповой поляризации? Смогут ли пацифисты с еще большей силой уверовать в необходимость все проблемы решать мирным путем, а члены террористических организаций — проникнуться еще большей убежденностью в необходимости террора?

Объяснение поляризации

Почему группы занимают более радикальную позицию, чем усредненное мнение ее отдельных членов? Исследователи надеются, что, раскрыв тайну групповой поляризации, они сделают некоторые важные открытия. Иногда решение не очень трудной головоломки дает нам в руки ключ, с помощью которого можно решить куда более замысловатые загадки.

Из целого ряда предложенных теорий групповой поляризации лишь две прошли научное испытание. Одна обращает внимание на аргументы, выдвигаемые в ходе дискуссии, вторая — на то, как члены группы рассматривают самих себя по отношению к другим ее членам. Первая теория — пример того, что в главе 6 было названо *информационным влиянием* (влияние как результат принятия доказательств). Вторая теория — пример *нормативного влияния* (влияние, основанное на желании индивида быть принятым и одобренным другими).

Информационное влияние

Благодаря хорошо аргументированным доводам по ходу групповой дискуссии формируется банк идей, в большинстве своем отражающих доминирующую точку зрения. Идеи, содержащие общие знания членов группы, будут высказываться во время дискуссии чаще, но даже если и не будут упомянуты, все равно окажут кумулятивное влияние на групповое решение (Gigone & Hastie, 1993; Larson et al., 1994; Stasser, 1991). Какие-то идеи могут включать убедительные аргументы, которые отдельные члены группы прежде не принимали во внимание. Например, при обсуждении дилеммы писательницы Элен кто-нибудь может сказать: «Элен должна взяться за роман, потому что она при этом ничего не теряет. Если роман провалится, она всегда сможет вернуться к написанию примитивных вестернов». В таких высказываниях спутываются *аргументы* индивида и его *позиция* по данному вопросу. Но даже когда люди слушают аргументы, не содержащие каких-либо поучений, их собственные позиции все равно изменяются (Burnstein & Vinokur, 1977; Hinsz et al., 1997). *Аргументы* сами по себе имеют значение.

Однако для изменения собственной установки участнику дискуссии мало просто услышать чьи-либо аргументы. Не пассивное слушание, а *активное участие* в дискуссии приводит к более заметному изменению установки. Участники дискуссии и наблюдатели слышат одни и те же идеи, однако когда участники выражают их собственными словами, вербальное «публичное признание» усиливает их воздействие. Чем чаще члены группы повторяют мысли друг друга, тем активнее они «репетируют» их и «придают им законную силу» (Brauer et al., 1995). Одного лишь фиксирования на бумаге собственных идей при подготовке к электронной дискуссии достаточно для того, чтобы произошла некоторая поляризация установок (Liu & Latané, 1998).

Сказанное выше иллюстрирует одно из положений, изложенных в главе 7: разум людей — вовсе не чистый лист бумаги, на котором убеждающий их коммуникатор может писать все, что пожелает; при прямом способе убеждения решающее значение имеют *мысли*, возникающие у людей в ответ на убеждение. Так оно и есть: стоит просто подумать над обсуждаемой проблемой в течение пары минут, и ваше мнение о ней становится более радикальным (Tesser et al., 1995). (Возможно, вы и сами можете припомнить случай, когда, размышляя о ком-то, кто вам нравится или не нравится, вы ощущали, что ваши чувства обостряются.) Одно лишь ожидание предстоящей дискуссии по какой-либо проблеме с человеком, придерживающимся противоположной точки зрения, способно заставить человека систематизировать свою аргументацию и занять благодаря этому более радикальную позицию (Fitzpatrick & Eagly, 1981).

Нормативное влияние

Второе объяснение поляризации базируется на сравнении самого себя с другими людьми. Как утверждает Леон Фестингер, автор весьма влиятельной **теории социального сравнения**, человеку свойственно желание оценивать собственные суждения, способности и умения, сравнивая их с суждениями, способностями и умениями других людей (Festinger, 1954). Лучше других нас убеждают члены нашей «референтной группы» — группы, с которой мы себя идентифицируем (Abrams et al., 1990; Hogg et al., 1990). Более того, желая понравиться, мы можем высказываться более категорично, обнаружив, что другие разделяют нашу точку зрения.

<Эти результаты заставляют вспомнить о предрасположенности в пользу своего Я — феномене, суть которого заключается в том, что люди склонны считать, будто в качестве воплощений социально желательных черт они превосходят средний уровень (см. главу 2).>

Роберт Бэрон и его коллеги экспериментально изучили влияние социальной поддержки на поляризацию (Baron et al., 1990). Исследователи спрашивали у пациентов стоматологической клиники при Университете штата Айова, считают ли они зубоврачебные кресла «удобными» или «неудобными». Затем кто-то из испытуемых слышал, как экспериментатор спрашивал: «Простите, доктор Х, что вам ответил последний пациент?» Врач слово в слово повторял слова, только что услышанные от больного. По окончании опроса пациенты должны были оценить кресло по шкале от 150 до 250. Пациенты, которые слышали высказывания в поддержку их мнения, оценили кресло более высоко, чем те, которые такой поддержки не получили.

Когда мы просим людей (как я ранее просил вас) предсказать реакцию остальных на дилеммы, подобные «дилемме Элен», то обычно сталкиваемся с плюралистическим неведением: наши собеседники не знают, кто еще поддерживает социально более предпочтительную рекомендацию (в данном случае — написание романа). Как правило, индивид посоветует писать роман, даже если шансы на успех не более 4 к 10, но скажет, что большинство остальных потребуют более высокой степени вероятности — 5 или 6 к 10. Когда же начинается обсуждение, большинство его участников обнаруживают, что, вопреки собственным ожиданиям, не «затмевают» других. Напротив, некоторые из этих других даже опережают их и более решительно настаивают на написании романа. Обнаружив это, люди, освободившиеся от сдерживавших их групповых норм, которые они неверно трактовали, выражают свои предпочтения более решительно. (Дополнительная информация о неверном толковании точки зрения окружающих представлена в рубрике «Проблема крупным планом».)

Проблема крупным планом. *Неверные суждения о том, что думают другие люди*

Вероятно, вы можете припомнить такой случай из собственной жизни: вы и ваш знакомый (или знакомая) хотели бы пойти куда-нибудь развлечься, но каждый боится сделать первый шаг, полагая, что другому это может быть вовсе не интересно. Такое **плюралистическое неведение** характерно для начальной стадии отношений (Vorauer & Ratner, 1996).

Возможно, вам знакома и другая ситуация: собравшись вместе, члены группы пребывают в напряжении, и вот кто-то прерывает молчание и говорит: «Положа руку на сердце, могу сказать, что...» Проходит совсем немного времени, и вы, к своему удивлению, понимаете, что все придерживаются одного мнения. Нередко все молчат, когда преподаватель спрашивает, есть ли у кого-нибудь вопросы, и из-за этого общего молчания каждый думает про себя, что он единственный, кто чего-то не понял.

Каждый считает, что только его молчание — результат смущения, а все остальные молчат, потому что им все понятно.

Дэйлу Миллеру и Кэти Мак-Фарланд удалось наблюдать этот известный всем феномен в рамках лабораторного эксперимента (Miller & McFarland, 1987). Они предложили испытуемым прочитать совершенно непонятную статью и сказали, что «если у них возникнут серьезные проблемы с пониманием текста, то они могут обратиться за помощью». Хотя никто из испытуемых не воспользовался этим разрешением, все думали, что другие не будут стесняться так, как они. Испытуемые неправильно решили, что никто не обратился за помощью, потому что не нуждался в ней. Преодоление подобного плюралистического неведения возможно, когда кто-то делает первый шаг, предоставляя тем самым другим возможность выявить и усилить свои общие реакции.

Эта теория социального сравнения вызвала к жизни эксперименты, по ходу которых испытуемых знакомили не с аргументами других людей, а только с их позициями. Примерно в таком положении мы оказываемся, когда узнаем о результатах опроса общественного мнения или о результатах опроса избирателей, проведенного на выходе с избирательных участков в день голосования. Будут ли испытуемые «подгонять» свои ответы, чтобы соответствовать социально желательной позиции, если им — без обсуждения — станут известны точки зрения других людей? Да, будут. Когда люди предварительно не объявляли о своей позиции, знакомство с точкой зрения других стимулировало незначительную поляризацию (Goethals & Zana, 1979; Sanders & Baron, 1977) (См. рис. 8.10). Эта поляризация — следствие сравнения — обычно менее выражена, чем поляризация, проявляющаяся в результате активного обсуждения. Тем не менее вызывает удивление такой факт: вместо того чтобы просто проявить конформизм по отношению к «среднегрупповому показателю», люди нередко хоть и ненамного, но все же «превосходят» его. Можно ли сказать, что они делают это для того, чтобы не быть «как все»? Не является ли это еще одним примером нашей потребности чувствовать себя уникальными (глава 6)?

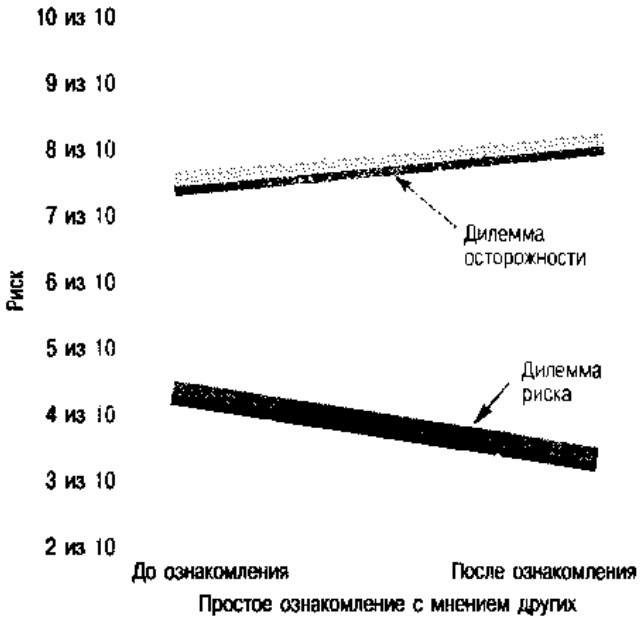


Рис. 8.10. Когда речь идет о таких «дилеммах риска», как дилемма Элен, одного лишь знакомства с мнениями других людей достаточно для того, чтобы позиция индивидуума «сдвинулась» в сторону риска. Что же касается «дилемм осторожности» (примером является дилемма Роджера), знакомство с мнениями окружающих делает людей более осторожными. (*Источник*: Myers, 1978)

Результаты изучения групповой поляризации иллюстрируют сложность социально-психологических исследований. Наше объяснение редко учитывает все факторы, и это тем реже происходит, чем больше мы стремимся к простому объяснению того или иного феномена. Человеческая природа сложна, и поэтому результат эксперимента зачастую зависит не от одного, а от нескольких

факторов. В групповых дискуссиях убеждающие аргументы превалируют в тех случаях, когда обсуждается сюжет, имеющий фактический элемент («Виновна ли она в совершении преступления?»). Социальное сравнение оказывает влияние на мнение в тех случаях, когда обсуждаемый вопрос касается нравственных ценностей («К какому сроку заключения следует приговорить ее?») (Kaplan, 1989). Во многих случаях, когда обсуждаемые темы имеют как фактический, так и нравственный аспект, одновременно «работают» оба фактора. Обнаружив, что окружающие разделяют его чувства (социальное сравнение), человек усиливает поиск аргументов (информационное влияние) в пользу того, к чему в глубине души склоняются все.

Резюме

Потенциально групповая дискуссия чревата как позитивными, так и негативными последствиями. Выяснив, что групповая дискуссия нередко завершается «сдвигом к риску», и пытаясь объяснить этот поразительный результат, исследователи обнаружили, что в действительности в групповой дискуссии усиливается любая изначально доминирующая точка зрения, независимо от того, «рискованная» она или «осторожная», Тенденция к интенсификации мнений присуща и тем дискуссиям, которые имеют место в повседневной жизни. Феномен *групповой поляризации* — это окно, через которое исследователи могут наблюдать за процессами группового влияния. Результаты экспериментов позволяют говорить о двух формах влияния группы — *информационной* и *нормативной*. Информация, полученная во время дискуссии, как правило, благоприятствует изначально предпочтенной альтернативе, усиливая тем самым ее поддержку. Более того, если после сравнения позиций люди выясняют, что их исходная точка зрения имеет сторонников, они могут начать высказываться более радикально.

Огруппленное мышление

Когда влияние группы становится помехой для принятия разумных решений? Когда группы способствуют принятию верных решений и что можно сделать для того, чтобы группы принимали оптимальные решения?

Проявляются ли те социально-психологические феномены, которым посвящены первые восемь глав этой книги, в таких далеко не ординарных группах, какими являются советы директоров корпораций и ближайшее окружение президента? Какова вероятность проявления в этих группах самооправдания? Предрасположенности в пользу своего Я? Сплачивающего «мы-чувства», провоцирующего конформизм и отторжение диссидентов? Приверженности заявленной позиции, делающей человека негибким? Групповой поляризации? Социальный психолог Ирвин Джанис заинтересовался поиском ответа на следующий вопрос: не могут ли эти явления объяснить удачные и неудачные решения, принятые в XX в. некоторыми американскими президентами и их советниками (Janis, 1971, 1982). Чтобы ответить на него, Джанис проанализировал процессы принятия решений, которые привели к некоторым из самых тяжелых провалов.

Перл-Харбор. В течение многих недель, предшествовавших нападению на Перл-Харбор [Бухта на острове Оаху, Гавайские острова. — *Примеч. перев.*] в декабре 1941 г., после которого США оказались втянутыми во Вторую мировую войну, военное командование на Гавайях буквально было завалено сообщениями о том, что Япония готовится нанести удар по одной из американских военных баз, расположенных в Тихом океане. Затем военная разведка потеряла радиосвязь с японскими авианосцами, которые тем временем шли прямо к Гавайям. Воздушная разведка могла бы если и не остановить их, то хотя бы предупредить командование базы об их приближении. Однако гарнизон не был поднят по тревоге, и практически беззащитная база оказалась застигнутой врасплох. Потери: 18 кораблей, 170 самолетов и 2400 жизней.

Вторжение в Залив Свиней. В 1961 г. президент Джон Кеннеди и его советники предприняли попытку свержения Фиделя Кастро, для чего направили на Кубу 1400 кубинских эмигрантов, прошедших подготовку в ЦРУ. Почти все они вскоре были либо убиты, либо захвачены в плен. США были унижены, а Куба лишь укрепила свои связи с бывшим СССР. Когда последствия этого вторжения

стали известны, Кеннеди не смог сдержать удивления: «Как нас угораздило?»

Вьетнамская война. Инициаторами этой войны, длившейся с 1964 по 1967 г. [США участвовали во вьетнамской войне с 1965 (год введения войск США на территорию Вьетнама) по 1973 г. — *Прим. ред.*], стали президент Линдон Джонсон и его политические советники, входившие в так называемую «группу ланча по вторникам» и полагавшие, что бомбардировки, обработка джунглей дефолиантами [Дефолианты — химические вещества, вызывающие искусственное старение листьев — листопад. — *Примеч. перев.*] с воздуха и карательные акции в сочетании с поддержкой со стороны Южного Вьетнама заставят правительство Северного Вьетнама сесть за стол переговоров. Война продолжалась, несмотря на предупреждения со стороны правительственных разведывательных служб и едва ли не всех союзников США. Эта военная авантюра стоила жизни 58 000 американцев и 1 миллиону вьетнамцев, вызвала поляризацию в американском обществе, лишила президента его поста и создала колоссальный бюджетный дефицит, который в 1970-е гг. привел к неконтролируемой инфляции.

По мнению Джаниса, эти грубейшие ошибки — результат определенной тенденции, свойственной принимающим решения группам: подавлять инакомыслие в интересах единства группы. Этот феномен Джанис назвал **огруппленным мышлением** (*groupthink*). Товарищеские отношения повышают производительность труда в рабочих группах (Mullen & Copper, 1994). Более того, командный дух благотворен для морального климата. Но когда дело доходит до принятия решений, единомыслие может очень дорого стоить группам. По мнению Джаниса, почва, благоприятная для произрастания огруппленного мышления, — *сплоченная* группа, члены которой связаны узами взаимной симпатии; относительная *изоляция* группы от инакомыслящих и *авторитарный* лидер, дающий понять, какое решение он (или она) мог бы приветствовать. В момент планирования рокового вторжения в Залив Свиней вновь избранный президент Кеннеди и его советники ощущали себя единым целым. Аргументированная критика этого плана либо подавлялась, либо игнорировалась, и вскоре президент собственноручно подписал приказ о вторжении.

Симптомы огруппленного мышления

Воспользовавшись историческими документами и воспоминаниями участников и наблюдателей, Джанис идентифицировал восемь симптомов огруппленного мышления. Эти симптомы — коллективная форма уменьшения диссонанса, который возникает в тех случаях, когда члены группы стараются поддержать свои позитивные групповые чувства перед лицом грозящей этим чувствам опасности (Turner et al., 1992, 1994).

Первые два симптома группового мышления приводят к тому, что члены группы *переоценивают ее власть и права*.

(— Прошу всех, кто согласен со мной, сказать Да.

— Да! Да! Да! Да! Да! (Скажи, что я ослышался! Ну и шутник же ты! Ни в коем случае! Избави Бог! Нет! Нет! Тысячу раз нет!!!))

Самоцензура — залог создания иллюзии единодушия

— Иллюзия неуязвимости. Все изученные Джанисом группы были ослеплены излишним оптимизмом, а потому не могли увидеть признаков грозившей им опасности. Узнав о потере радиосвязи с японскими авианосцами, адмирал Киммел, командовавший флотом в Перл-Харборе, в шутку предположил, что они, наверное, сейчас уже огибают Бриллиантовую Голову — мыс острова Оаху. Так оно и было, но смех адмирала с порога отмел саму возможность того, что это — правда.

— Не подвергаемая сомнению вера в нравственность группы. Члены группы настолько убеждены в собственной нравственности, что игнорируют этические и моральные аспекты обсуждаемых проблем. Президенту Кеннеди и его советникам было известно, что советник Артур Шлезингер-младший и сенатор Дж. Уильям Фулбрайт считали безнравственным вторжение в маленькую соседнюю страну. Однако группа никогда не поднимала и не обсуждала подобных моральных проблем.

Члены группы перестают *слышать оппонентов*, становятся «интеллектуально закрытыми».

<Люди «более всего расположены правильно решать вопросы тогда, когда делают это в обстановке свободной дискуссии». *Джон Стюарт Милл*, О свободе, 1859>

— Рационализация. Члены группы недооценивают трудности, коллективно оправдывая свои решения. Президент Джонсон и его «группа ланча по вторникам» потратили гораздо больше времени на рационализацию (т. е. на объяснение и оправдание своего решения), чем на размышления над ранее принятыми решениями об эскалации военных действий и повторное обдумывание этих решений.

— Стереотипные представления об оппонентах. Люди, принимавшие эти келейные решения, считали своих противников либо слишком злонамеренными, чтобы с ними можно было вести переговоры, либо недостаточно сильными и умными для того, чтобы дать отпор заранее спланированной акции. Кеннеди и его советники убедили себя в том, что армия Кастро настолько слаба, а его поддержка со стороны народа столь незначительна, что одной бригады вполне достаточно для свержения его режима.

И наконец, группы страдают от воздействия сил, *подталкивающих их к единообразию*.

— **Давление конформизма.** Члены группы отвергают тех, кто выражает сомнения относительно представлений и планов группы, причем порой это делается не с помощью аргументов, а с помощью сарказма, направленного на конкретного человека. Однажды президент Джонсон так приветствовал своего помощника Билла Мойерса, пришедшего на совещание: «А вот и мистер Прекратите-Бомбить собственной персоной!» У большинства людей подобные насмешки отбивают всякую охоту возражать.

— Самоцензура. Поскольку разногласия нередко становятся причиной дискомфорта, а в группе вроде бы существует консенсус, многие ее члены отбрасывают свои сомнения или скрывают их. После неудачного вторжения на Кубу Артур Шлезингер упрекал себя «за молчание во время принципиальных дискуссий в Овальном кабинете», хотя его «чувство вины заглушалось сознанием того», что его «возражения приведут лишь к одному — к тому», что его «сочтут занудой» (Schlesinger, 1965, p. 255).

{**Огруппленное мышление и трагедия «Титаника».** Не обратив внимания ни на сообщения о том, что по курсу корабля возможны айсберги, ни на просьбы вахтенного о бинокле, капитан Эдуард Смит, авторитарный и уважаемый руководитель, вел свой лайнер сквозь ночь на полной скорости. Иллюзия неуязвимости сыграла с ним злую шутку («Сам Господь Бог не сможет потопить этот пароход!» — говорил он). Свою лепту в трагедию внесло и принуждение к конформизму: члены команды говорили вахтенному, что и без бинокля все видно, и игнорировали его предупреждения. Не обошлось и без «поглотителей информации» (радист «Титаника» не передал капитану Смиту последнее и самое полное предупреждение о ледовой обстановке)}

— Иллюзия единодушия. Самоцензура и давление, заставляющие не нарушать консенсус, создают иллюзию единодушия. Более того, кажущийся консенсус подтверждает групповое решение. Видимость консенсуса очевидна как в этих трех трагических для Америки решениях, так и во многих других провалах, случившихся как до, так и после них. Альберт Шпеер, советник Адольфа Гитлера, описал царившую вокруг фюрера атмосферу как атмосферу, в которой принуждение к конформизму подавляло малейшее несогласие. Отсутствие инакомыслия создавало иллюзию единодушия: «В нормальных обстоятельствах люди, повернувшиеся к реальности спиной, вскоре спохватываются: насмешки и критика окружающих дают им понять, что доверие к ним утрачено. В Третьем Рейхе

подобная возможность исправиться была только у тех, кто занимал самое высокое положение. Напротив, любой самообман множился, как в аттракционе с кривыми зеркалами, становясь многократно подтверждаемой картиной фантастического сновидения, которое более не имело никакого отношения к мрачному миру реальности. В этих зеркалах я не видел ничего, кроме множества собственных лиц. Ничто не нарушало единообразия сотен не меняющихся лиц, и все эти лица были моими» (Speer, 1971, p. 379).

— **«Поглотители информации»** (*mindguards*). Некоторые члены группы защищают ее от информации, которая могла бы поставить под вопрос эффективность или нравственность принимаемых ею решений. Как-то незадолго до нападения на Кубу сенатор Роберт Кеннеди отвел Шлезингера в сторону и сказал ему: «Это должно остаться между нами». Государственный секретарь Дин Раск скрыл информацию, которая пришла по дипломатическим и разведывательным каналам и предостерегала от вторжения. Таким образом, и Роберт Кеннеди, и Раск выступили в качестве президентских «поглотителей информации», которые скорее защищали его от неприятных фактов, чем от физического вреда.

Симптомы огруппленного мышления могут помешать провести поиск и обсуждение альтернативной информации и альтернативных решений (рис. 8.11). Когда лидер проталкивает какую-либо идею, а группа изолирует себя от инакомыслящих, огруппленное мышление способно привести к принятию порочных решений (McCauley, 1989).

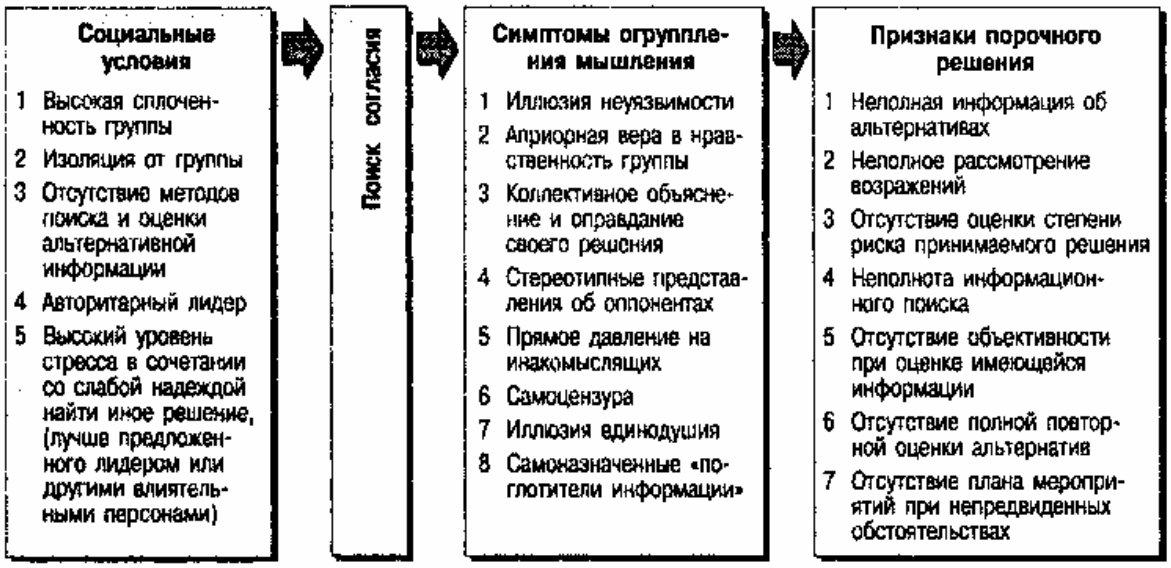


Рис. 8.11. Теоретический анализ огруппленного мышления. (*Источник*: Janis & Mann, p. 132)