

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

ХРЕСТОМАТИЯ

С о с т а в и т е л и:

*Е. П. Белинская,
О. А. Тихомандрицкая*

*2-е издание,
исправленное и дополненное*



АСПЕКТ ПРЕСС

Москва

2012

УДК 159.9
ББК 88.5
С 69

С о с т а в и т е л и:

доктор психологических наук, профессор
факультета психологии МГУ имени М. В. Ломоносова
Е. П. Белинская;

кандидат психологических наук, доцент
факультета психологии МГУ имени М. В. Ломоносова
О. А. Тихомандрицкая

Социальная психология: Хрестоматия / Сост. Е. П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Аспект Пресс, 2012.— 456 с.

ISBN 978–5–7567–0629–1

Хрестоматия дополняет материал известного учебника профессора Г. М. Андреевой «Социальная психология» и структурно соответствует его основным разделам. В нее включены тексты зарубежных и отечественных социальных психологов, являющиеся базовыми при изучении этой дисциплины.

Для студентов высших учебных заведений, изучающих психологию, социологию, политологию, культурологию и философию.

УДК 159.9
ББК 88.5

ISBN 978–5–7567–0629–1

© ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2008,
2012

Учебное издание

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

Хрестоматия

Составители: **Белинская** Елена Павловна
Тихомандрицкая Ольга Алексеевна

Подписано к печати 18.06.2012. Формат 60×90¹/₁₆.
Гарнитура «NewtonС». Печать офсетная. Усл. печ. л. 28,5
Тираж 1000 экз. Заказ №

ЗАО Издательство «Аспект Пресс». 111141, Москва, Зеленый проспект, д. 8.

E-mail: info@aspectpress.ru; www.aspectpress.ru Тел.: (495)306-78-01, 306-83-71

Отпечатано в ОАО «Можайский полиграфический комбинат»
143200, Можайск, ул. Мира, 93.

www.oaompk.ru, www.oaompk.pf тел.: (495) 745-84-28, (49638) 20-685

Все учебники издательства «Аспект Пресс» на сайте
www.aspectpress.ru

От составителей

Настоящая хрестоматия издается во второй раз — через восемь лет после выхода первого издания и в год 100-летия социальной психологии.

Оставим историкам судить о том, что есть 100 лет для развития науки — бесспорно, что для одной из областей психологии это немалый срок. Однако, хотя облик современного гуманитарного знания уже немыслим без социальной психологии, методологическая рефлексия продолжает оставаться одной из характерных ее особенностей. Это связано как с ее собственным бурным развитием в последние десятилетия (во многом — за счет практикоориентированных исследований), так и с динамикой актуальной общественной ситуации, повсеместно характеризующейся как время быстрых социальных изменений. Будучи максимально — по сравнению с другими областями психологического знания — чувствительна к социальному контексту, современная социальная психология закономерно оказалась «на острие» новых парадигмальных веяний в гуманитарных науках, предлагая свои, нередко остро востребованные, решения основной проблемы — проблемы человека изменяющегося мира.

Сказанное характерно не только для зарубежной, но и для отечественной социальной психологии. Развитие за последние полвека в ее рамках фундаментальных и прикладных исследований, новое осмысление ею своих общественных функций, последовательная институционализация доказали как включенность отечественной социальной психологии в общее предметное поле мировой науки, так и плодотворность трактовок ряда основных проблем социально-психологического знания.

Все это неизбежно стимулировало утверждение в нашей стране статуса социально-психологического образования. Курс социальной психологии является сегодня одним из базовых при подготовке не только студентов-психологов, но и широкого круга специалистов — его слушают будущие экономисты, социологи, социальные педагоги, менеджеры, специалисты в области рекламы и средств массовой информации. В большинстве случаев данная подготовка опирается на известный учебник «Социальная психология» профессора Г. М. Андреевой, неоднократно издававшийся в нашей стране и за рубежом.

Как и первое издание, настоящая хрестоматия структурно повторяет этот учебник, давая читателю возможность более детально ознакомиться с основными проблемами современной социальной психологии, и включает в себя следующие разделы:

- Предмет и история социальной психологии.
- Проблемы общения и взаимодействия.
- Психология больших и малых групп.

- Социально-психологические исследования личности.
- Практические приложения социальной психологии.

При доработке и обновлении настоящего издания составители руководствовались следующими соображениями. Во-первых, отмеченное выше крайне динамичное состояние социальной психологии как науки требовало, с нашей точки зрения, большего включения в хрестоматию текстов, посвященных методологической рефлексии данной динамики. Во-вторых, ряд существенных обновлений был вызван появлением в последние годы на русском языке многих зарубежных учебников по социальной психологии — как западноевропейских, так и американских авторов — которые нередко труднодоступны читателю-студенту. В-третьих, в определенной степени мы опирались на необходимость использования данного издания в процессе проведения семинарских занятий по курсу социальной психологии — согласно тому их плану, который сложился на факультете психологии МГУ им. М. В. Ломоносова и был существенно обновлен в последние годы.

Также мы считали необходимым по возможности полно ознакомить читателя с работами сотрудников кафедры социальной психологии МГУ им. М. В. Ломоносова, одной из ведущих научных школ в отечественной социально-психологической науке — особенно в том случае, когда обращались к ее практическим приложениям.

Как и в случае первого издания, мы искренне благодарны профессору Г. М. Андреевой за постоянную поддержку и помощь на всех этапах работы. Мы признательны также всем авторам, чьи работы вошли в данную хрестоматию.

*Е. П. Белинская
О. Т. Тихомандрицкая*



Раздел I

**ПРЕДМЕТ И ИСТОРИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ
ПСИХОЛОГИИ**



Д. Майерс

ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ ПСИХОЛОГИЮ¹

<...>

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? 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 чувствуя себя счастливой ту же самую реплику объяснит его плохим характером («Он всегда всем недоволен»), а потому может предпринять контратаку. <...>

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? <...>

Будете ли вы жестоким, если вам прикажут? Как фашисты задумали и осуществили немислимое — уничтожение 6 миллионов евреев? Это чудовищное преступление было совершено потому, что тысячи людей подчинились приказам.

Как можно было вовлечь нормальных людей в такие ужасные деяния? Да и были ли они нормальными?

Именно над этими вопросами задумался Стэнли Милгрэм и провел исследование, участники которого по приказу экспериментатора должны были наказывать электрическим током возрастающей силы людей, плохо запоминавших определенные группы слов. 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?

¹ Майерс Д. Введение в социальную психологию // Д. Майерс. Социальная психология. СПб., 2006. С. 11–17.

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. Оставившиеся 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.

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.*

<...>

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

- *Власть ситуации.* Все мы — создатели 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.

<...>

Социальная психология и смежные дисциплины

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 индивидuum 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 — формированием расовых установок индивидуума.

<...>

Социальная психология и психология личности

Социальная психология и психология личности сходны в своем интересе к индивиду. 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 вызывать у большинства людей проявления доброты или жестокости, конформности или независимости, чувства симпатии или предрассудки.

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 социальных психологов — наши современники. Среди социальных психологов меньше прославленных теоретиков и больше скромных тружеников — талантливых исследователей, создающих концепции «местного значения».

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. <...> Природа 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, зави-

сит 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).

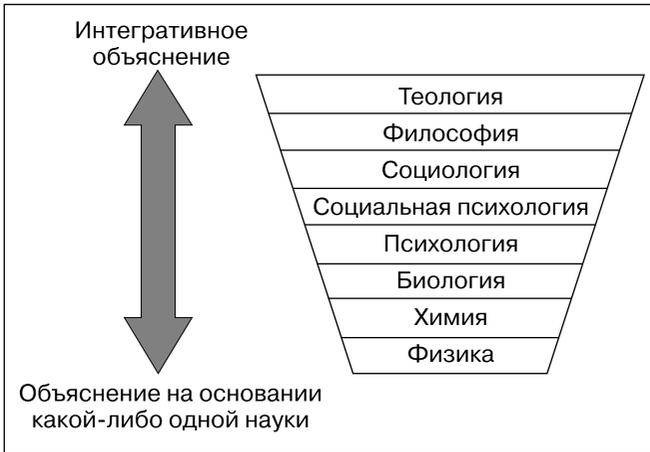


Рис. 1.1. Частичная иерархия дисциплин

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. Социальная психология — один из важных подходов, но не единственный, воспользовавшись которым мы можем посмотреть на себя и понять себя.

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 психологии 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.

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 противостоят друг другу, а дополняют друг друга. <...>

К. Ф. Грауманн

ВВЕДЕНИЕ В ИСТОРИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ¹

Предыстория социально-психологической мысли

Социальные психологи обычно возводят свою историю к 1908 г. (или к 1890-м гг.), а предыстория может восходить к Платону (427—347 гг. до н.э.) и Аристотелю (384—322 гг. до н.э.) или даже к предшественникам Сократа (VII—V в. до н.э.) — датировка зависит от того, на какую общественную и научную философию опирается историограф социальной психологии и насколько широко он представляет себе эту дисциплину. Решение проблемы, с какого времени отсчитывать прошлое или историю социальной психологии, определяется воззрениями исследователя на понятия «социальное» и «психологическое».

Поскольку вплоть до конца XIX в. социальная психология не была сформирована, наш интерес к ее долгой предыстории концентрируется на социальной мысли и социальной философии тех времен. Вот некоторые центральные вопросы:

1. Рассматривается ли каждый человек как личность с уникальными свойствами либо все люди считаются одинаковыми?
2. Рассматривается ли отдельный человек как производное от общества или, напротив, общество считается продуктом и производным от создавших его индивидов?

¹ *Грауманн К. Ф.* Введение в историю социальной психологии // Перспективы социальной психологии / М. Хьюстон, В. Штребе, Дж. Стефенсон. М., 2001. С. 26–40.

3. Вопрос о взаимоотношениях индивида и общества — действительно ли он насущен или это вопрос идеологии?
4. Эгоистична ли «природа» человека и нуждаются ли все люди в систематическом воспитании, обучении морали, социализации, для того чтобы они могли сосуществовать в группах, либо человек социален «по природе», и только хорошие или дурные влияния делают его социальным или антисоциальным?
5. Являются ли мужчины и женщины свободными и ответственными в своих поступках или их действия обусловлены природными и социальными силами?

<...>

Превосходство личного над общественным, разума над материей, врожденного над приобретенным, рационального над иррациональными или иными силами — едва ли найдется развернутая психологическая теория, которая не решала бы эти вопросы на собственный лад. И именно в этом наиболее различимы общепризнанные основы современной социальной мысли.

Признание такого положения вещей видно, например, из того, что две главные ветви социальной мысли были соответственно названы платоновой и аристотелевой. Платон подчеркивал превосходство государства над личностью, которую необходимо воспитывать под надзором властей, чтобы сделать по-настоящему социальную личность. Согласно Аристотелю, человек социален от природы, и сама природа может научить отдельных людей жить вместе и устанавливать межличностные отношения, от которых естественным образом происходят семья, племя и в конечном итоге государство. Различие взглядов Платона и Аристотеля не следует преувеличивать, но тем не менее они основали две разные традиции социальной мысли, которые в новые времена стали называться **подходом, центрированным на социуме**, и **подходом, центрированным на личности**. При первом упор ставится на превосходстве общественных структур (систем, институтов, групп) над индивидуальным опытом и поведением; при втором, напротив, социальные системы объясняются через личностные процессы и функции.

В истории социальной мысли идея превосходства общественного начала принимала много форм. Немецкий философ-идеалист Гегель (1770—1831) считал государство не только высшей формой общества, но и воплощением (материальным) общественного разума, активной составляющей которого является индивидуальный разум. Позже из концепции Гегеля выделилась социально-психологическая идея **группового (надличностного) сознания**. Для современных специалистов, признающих в социальной психологии исключительно подход, центрированный на личности, философская идея группового сознания является важнейшей моделью. В результате теория общества может считаться основой, на которой возникали социально-психологические конструкты, что осо-

бенно заметно в социальной психологии Дж. Г. Мида (1934), а также в символическом интеракционизме.

Хотя в длительной предыстории социальной психологии мы могли бы отыскать и другие важные теории, основанные на превосходстве социального начала и общества над личностью, обратимся теперь к немногочисленным примерам противоположных воззрений, к философии — прародительнице централизованных на личности теорий. Поскольку психология вообще, а с нею и социальная психология заняты изучением индивидуального опыта и поведения человека, мы могли бы предположить, что на психологию оказал существенное воздействие индивидуализм. К несчастью, использовать термин «индивидуализм» без концептуальных разъяснений нельзя, так как он имеет слишком много различных значений. Одно из них, ключевое для психолога, сводится к тому, что применительно к «абстрактному индивиду» основные психологические свойства человека (будь то инстинкты, потребности, влечения и желания) «принимаются как данность вне зависимости от социального контекста». Поскольку они неизменны, то любая группа и все общество являются попросту соединением или продуктом таких индивидуальных «свойств». Обширная область индивидуализма исторически формировалась под названиями «гедонизм» и «утилитаризм». Основным догматом **гедонизма** является *принцип удовольствия*, в соответствии с которым наши действия объясняются стремлением к удовольствию и желанием избегать страданий.

После того как Бентам (1748—1832) теоретически трансформировал принцип удовольствия в принцип полезности, **утилитаризм** — доктрина, отстаивающая стремление к наибольшему счастью в неограниченном объеме, — вошел в социальное мышление и в нем остался. Различные варианты этой доктрины сочетаются в том или ином виде, индивидуализм, утилитаризм и либерализм составляют единую линию, приведшую к формированию психологии. В большинстве современных теорий обучения и мотивации (многие из которых считаются социально-психологическими) основные идеи, относящиеся к личностному удовлетворению (например, система поощрений, награда, выгода, снижение напряженности, чувства дисгармонии, неуверенности), представляют собой варианты принципов удовольствия или полезности.

В XIX в. произошли еще два интеллектуальных события, имеющих огромное значение для современной социальной психологии: появились социология и теория эволюции. Как термин и как программа, социология была детищем Огюста Конта (1798—1857), который был также прославленным отцом позитивизма. По Конту, позитивизм есть философская система, подразумевающая следующую схему эволюционного развития знаний человечества: от теологии к метафизике, а затем к «позитивной» стадии научного знания, в которой феномены должны стать реальными и определенными, причем знание является описанием этих

феноменов, их постоянного и переменного расположения в пространстве и времени. Социология должна быть высшей наукой, призванной сравнивать культуры, рассматривая их размещение на шкале социальной эволюции. Однако принято считать, что основу устойчивой традиции в социологии заложил Эмиль Дюркгейм (1858–1917). Он считал социальные факты как внешние по отношению к индивидуальному сознанию и не зависящие от него. Поэтому «коллективные представления» каждого данного сообщества существуют сами по себе. Хотя эти представления и могут возникать при сотрудничестве и взаимодействии индивидов, их характеристики будут иными, нежели у индивидуальных представлений, и не будут от них зависеть. В то время как разграниченность социального и индивидуального побудила Дюркгейма к поиску «коллективной психологии», не зависящей от психологии личности, большинство ранних концепций социальной психологии, сложившихся на рубеже веков, строились вокруг модели индивидуальной психологии. Лишь много позже, французский социальный психолог Московичи обратился к теории Дюркгейма о коллективных представлениях и переработал ее.

Наконец в завершение своей длинной предыстории дисциплина получила импульс от *теории эволюции*, одной из самых мощных и популярных, хотя и спорных инноваций XIX в. Сильное влияние на психологию оказали и основоположник теории Чарльз Дарвин (1809–1882) и его последователи. Дарвин излагал мысли, важные для социальной психологии и опережающие время, по преимуществу в книгах «Происхождение человека» (1871) и «Выражение эмоций у человека и животных» (1872, 1896). Человек — социальное животное с развитой способностью физической, социальной и умственной адаптации к меняющейся среде, часть которой является социальной (например, племя или группа). Следовательно, выражение эмоций имеет социальную функцию при между- и внутривидовом общении. Английский философ и социолог Герберт Спенсер (1820–1903) обобщил и популяризировал эволюционную теорию, в основном применительно к социологии. Он соединил теорию эволюции с доктриной индивидуализма и принципом невмешательства (пусть эволюция идет своим путем). <...>

Переход к современной социальной психологии

<...> В этом разделе мы пока не говорим о современной социальной психологии, а только о коротком переходном периоде — причина здесь в том, что исследовательские направления, которые следует обсудить, были заброшены или перешли в ведение других социальных наук до того, как социальная психология получила собственный статус.

Мы должны рассмотреть две главные европейские теории из этой группы:

1. Психологию народов (*Völkerpsychologie*) Морица Лацаруса (1824–1903), Германа Штейнталя (1823–1899) и Вильгельма Вундта (1823–1920).
2. Психологию масс, теорию, разработанную итальянскими и французскими учеными конца XIX в., в частности Г. Тардом (1843–1904) и Г. Лебоном (1841–1931).

Обе теории дальше не разрабатывались, поскольку были оставлены еще до того, как появилась современная (американская) разновидность социальной психологии. Обе придерживаются подхода, центрированного на социуме, а не на личности; описательными, а не экспериментальными. Но в наши дни их по-новому оценивают те, кто пытается раздвинуть границы социальной психологии до круга социокультурных (хотя бы относительно) дисциплин, охватывающего языкознание, мораль, обычаи, материальную культуру, коллективные тенденции и социальные перемены.

Психология народов (Völkerpsychologie)

Этот термин невозможно перевести на английский язык. В буквальном смысле оно значит «психология народов»; фактически же так названа концепция сравнительной и исторической, социальной и культурной психологии, для которой в европейском учебнике следует сохранить немецкое название *Völkerpsychologie*. <...>

Концепция была выдвинута в XVIII в., разработана в XIX в. и завершена в XX в. Отсылка к Германии выделяет особенность национального (политического, социального и культурного) развития как изменчивый контекст индивидуального и общественного разума. В этой традиции ключевым исходным положением было то, что первоначальной формой человеческого объединения является культурное сообщество (*Gemeinschaft*) — народ (*Volk*), внутри которого происходит формирование и обучение (*Bildung*) индивида. Такие философы и ученые, как Гердер, Гегель и Вильгельм фон Гумбольдт, считали язык средством, с помощью которого сообщество формирует своих членов, а последние, в свою очередь, активно участвуют в развитии языка, который следует считать общественным продуктом. Если сегодня абстрактный «социум» считается общественной средой, где люди действуют, взаимодействуют и получают опыт, то для немецких ученых XVIII и XIX вв. это было национальное и культурное сообщество народа (*Volk*), чей разум и дух (*Volkgeist*) служат объединяющим духовным принципом или идеей.

Как *Volk*, так и *Volkgeist* стали предметами исследований новой дисциплины после того, как она была учреждена профессиональным журналом («Журнал психологии народов и языкознания»), созданным в 1860 г. М. Лацарусом и Г. Штейнталем, и получила на его страницах свое дальнейшее развитие. Она подняла много извечных вопросов социальной психологии, но, поскольку ее основа была национальной, а не со-

циальной, эти вопросы отличались от тех, которые ставила французская «психология масс» (см. ниже).

Вильгельм Вундт еще в 1863 г. считал психологию народов эквивалентом экспериментальной психологии и дополнением к ней и затем, разрабатывая этот взгляд, то отступая от него, то вновь к нему возвращаясь, придерживался его вплоть до самой смерти в 1920 г. Хотя он и был главным критиком концепции Лацаруса и Штейнтала, можно очертить несколько общих для них проблем, которые перешли (или должны были перейти) в современную социальную психологию. Природа отношений между личностью и обществом, несомненно, остается центральной проблемой, подразумевающей целый сонм теоретических, концептуальных и методологических вопросов. Тем не менее нельзя сомневаться в существенно-социальной природе человека; чисто личностная экспериментальная психология может считаться психологией лишь наполовину.

Равным образом извечен вопрос, нужна ли социальной психологии быть и исторической дисциплиной, чтобы оставаться по-настоящему социальной, — в поддержку такого мнения в наше время выступают вновь. Но психология народов, по крайней мере, занималась сравнительными историческими исследованиями реальных продуктов общественного (или коллективного) взаимодействия — таких, как язык, мифы, обычаи; это была культуральная социальная психология, в которой важнейшее место занимало изучение языка. Заметим, что, за исключением большинства элементарных процессов, ни один вид человеческого опыта и деятельности не может (и не должен) отделяться от его социокультурной среды, поскольку нельзя игнорировать историю мысли и языка. Еще одним направлением психологии народов был интерес к отношениям между людьми в процессе их действий и взаимодействия, а также к результатам этой деятельности, которые, со своей стороны, обогащают умы членов сообщества.

Сейчас можно без труда показать, что психологии народов недоставало практических методик и исследований. Однако если мы попытаемся вернуться в то время и посмотреть на современную социальную психологию глазами Вундта, то сумеем обнаружить, что, хотя она и укрепилась в методологическом отношении, границы ее культурального поля существенно сузились. При ретроспективном взгляде создается впечатление, что если и не вся идея *Völkerpsychologie*, то многие главные ее направления были подхвачены родственными дисциплинами — в основном антропологией и социологией — и совсем недавно были вновь открыты европейскими социальными психологами. <...>

Психология масс

Интеллектуальная и научная подоплека теории **психологии масс** неоднородна. Это, с одной стороны, многие приемы и концепции **внуше-**

ния — например, традиционный гипноз (искусство, техника, доктрина и культ гипноза), при котором гипнотизер внушением вводит человека в состояние, подобное сну. <...>

Гипнотизм также стал одной из важнейших моделей социального внушения и на раннем этапе был взят на вооружение психологией масс для объяснения мнимой иррациональности, эмоциональности и «примитивности» толпы.

Другая медицинская модель, еще более «патологичная» по происхождению и форме, была взята из эпидемиологии. Незадолго до этого был научно доказан факт передачи инфекции посредством вируса благодаря исследованиям «охотников за микробами», в частности Луи Пастера (1822—1895) и Роберта Коха (1842—1910). Аналогичным образом психическую инфекцию стали считать ответственной за распространение аффектов и «аномии» в людских сборищах или в любой возбужденной толпе. Психическая инфекция — ключевое понятие психологии управляемых масс Лебона, хотя он ввел его не сам. Позже это понятие интерпретировалось как «круговая реакция» и «взаимостимуляция». Поэтому оно утратило свой «инфекционный» смысл.

Еще одним научным обоснованием психологии масс стала криминалистика. То что в медицинской интерпретации имело статус подсознательного и аффективного, с юридической точки зрения представлялась как *пониженная ответственность* индивида, включенного в толпу или даже в «преступную толпу». Основным положением этого медико-правового подхода опять-таки было то, что в толпе человек становится более примитивным и инфантильным, а поэтому менее разумным, действующим менее обоснованно и, как следствие, менее ответственным. Все эти идеи были изложены в серии итальянских и французских публикаций еще до 1895 г., но Лебон популярно изложил их в своем бестселлере, не ссылаясь на истинных авторов. Поэтому студенты, позже изучавшие мышление и поведение толпы, считали именно Лебона высшим специалистом по психологии масс.

Если свести воедино оба источника, медицинский и криминалистический, мы увидим, что эта романская концепция толпы исходит из идеи аномальности, ассоциируемой либо с болезнью, либо с преступлением и в лучшем случае допускающей смягчающие обстоятельства. Чтобы понять, из-за чего коллективное поведение и его психологические корреляты толкуются как аномальные или даже «аномичные», надо вспомнить социальную и политическую обстановку, в которой создались такие концепции. Обстановка ясно видна в публикациях по психологии масс. Победные революции (в 1789, 1830, 1848, 1871 гг. во Франции); радикальные экономические и социальные перемены, приведшие к индустриализации и урбанизации; подъем «революционного движения масс»: возрастающее влияние профсоюзов и социалистов, забастовки

ки и первомайские демонстрации; коррупция и скандалы; поражение Франции в франко-прусской войне 1871 г.; в том же году — революционная Парижская коммуна и ее кровавый разгром — все это вместе взятое стало угрожать установившемуся политическому, общественному и этическому порядку, а особенно — буржуазии. Как убедительно показал Берроуз, в те годы создалось общее ощущение упадка в отсутствие желания нести за это ответственность. Массы были «обнаружены», их стали бояться как причину всех неприятностей, и наука была призвана подробно проанализировать случайные связи между феноменом масс и общественными бедствиями. И криминалистическое, и психиатрическое, и эпидемиологическое «толкования» равным образом соответствовали господствующему духу времени. Вопреки спорным рассуждениям о «духовном единстве» толпы и имеющемуся якобы «духе толпы» — заметим, что оба положения благополучно перебрались в XX в., — следует понимать, что в центре внимания романской психологии масс был индивид, «нормальный» человек, который каким-то образом стал «анормальным» под воздействием толпы. Описывая банды и присяжных заседателей, массовые демонстрации и парламенты, преступные и религиозные организации, Лебон подводил все эти группы под категорию «толпы» — сегодня же мы по-разному толкуем понятия толпы, социального движения, аудиторий и общественных институтов. Однако Тардом была проведена одна важная дифференциация, а именно — между толпой и публикой. Если первое подразумевало физические контакты и ограниченность места в толпе, то второе означало, что публика не находится в пространственной близости и может создавать «общественное мнение» благодаря современным средствам коммуникации (в прошлом веке только благодаря прессе). После того как Мак-Дугалл еще раз вернулся к идее «группового сознания», психология масс, подобно психологии народов, более не входит в академическую психологию. Однако в отличие от этой идеи некоторые из главных тем психологии масс вошли в современную социальную психологию после того, как они были четко определены и потому стали доступны для экспериментальных исследований. В современной теме социального воздействия можно видеть продолжение того, что некогда интерпретировалось как эффекты внушения, инфлицирования, подражания.

Современная социальная психология

<...>

Социальная психология в Америке

Как мы видели, социально-психологический индивидуализм берет начало в некоторых социально-философских теориях. Однако с утверждением в нашей дисциплине психологического направления этот ин-

дивидуализм приобрел методологическую окраску. Вполне возможно, что создание социальной психологии как отдельной области эмпирического исследования может рассматриваться как бунт всего поколения против кабинетных методов социальной философии. Но то, что доподлинно произошло, мы видим по воззрениям и работе первого современного социального психолога Америки Ф. Олпорта: индивидуалистская концепция срослась с методологическим направлением, с экспериментальным бихевиористским подходом. Для Олпорта, первого социального психолога-бихевиориста, социальная психология стала «наукой, изучающей поведение индивида в тех областях, где это поведение стимулирует других людей или является реакцией на такое поведение». Однако если «бихевиористские взгляды» были только способом постижения фактов, то экспериментальные методы дают урожай этих фактов. Сочетание индивидуалистского подхода, «бихевиористских взглядов» и экспериментального метода было необходимо, для того чтобы превратить социальную психологию в солидную научную дисциплину; в этом направлении она развивалась первые три-четыре десятилетия своего существования. <...>

Хотя экспериментальный метод и зародился в Европе, вышло так, что после Первой мировой войны социальный и научный климат США больше чем где-либо содействовал превращению социальной психологии в «науку о человеке». Из-за такой ограниченности дисциплина в основном отошла от изучения социальных явлений. Она — по крайней мере в исследовательской практике — изолировала объекты изучения от их социального контекста вплоть до времени, когда из-за «великой депрессии» в США и Второй мировой войны «давление социальных проблем переломило сопротивление пуристов, сидящих в своих лабораториях».

Главным достижением в 1930-х — 40-х гг. стало изучение и в основном измерение установок. Эти работы продолжались и в следующих двух десятилетиях, с упором на концепции изменения установки. Для историка все многообразие методов измерения установки, появившееся с середины 20-х годов, менее интересно, чем возростающая с появлением каждого нового метода уверенность в том, что установки можно измерять, и в том, что благодаря этой новой возможности и возрастающей изощренности экспериментальных методик может повыситься статус социальной психологии как науки. Сегодня эксперимент предпочитают полевому исследованию, а измерения — наблюдению; это стало правилом и критерием для научных публикаций. Сверх того, выделение средств на исследования в немалой степени зависит от уровня методов. Но, с другой стороны, вспомним о так называемом «кризисе» социальной психологии 70-х гг. — когда социальная значимость главных иссле-

довательских работ подвергалась сомнению во многих аспектах; кризис в основном произошел из-за возвышения методов над проблематикой науки.

С исторической точки зрения бывали и отклонения от главной методологической линии, когда давление социальных и политических проблем требовало от социальных психологов сотрудничества и согласия. Такая ситуация сложилась в 30-х гг., когда было создано Общество психологических исследований социальных проблем. Это повторилось в 40-х гг., когда в ответ на агрессию и террор нацистов и фашистов социальные психологи свободных стран не только старались помочь своим народам выиграть войну, но и планировали настроение мира, состоящего из демократических сообществ. Одним из них был Курт Левин (1890–1947) — еврей, эмигрировавший из Берлина, член группы гештальт-психологов, которая во многом, прямо и косвенно, содействовала развитию социальной психологии.

Левин постоянно следил за ситуацией в Германии, а затем во всей Европе, он обратил свой интерес к социальной психологии, приложив свою *«теорию поля»* к группам. Это в большей мере общеметодологический, чем теоретический подход; внимание концентрируется на принципе взаимозависимости, подчеркивается превосходство целого (ситуации или поля) над частями; Левин использовал конструктивные, а не классификационные методы. Такая свободная методология позволила Левину и его ученикам ставить эксперименты с группами (как прототипами *«силового поля»*), а также работать с группами в ходе повседневной жизни локальных сообществ с целью изменения группового поведения, морали, предубеждений, стиля руководства и т.д. — подход, ставший известным как *изучение деятельности*.

Левин умер в 1947 г., но осталось множество его последователей, в том числе Картрайт, Дойч, Фестингер, Френч, Келли, Шахтер и Тибо, которые после Второй мировой войны занимались формированием социальной психологии в США, а затем в Европе. <...>

В течение следующих десятилетий после Второй мировой войны в США, а затем в Европе, если не считать дальнейшего усовершенствования методов в теоретических воззрениях, произошли следующие два изменения: *переход от бихевиористского к когнитивному подходу* и *от широкого к более узкому теоретическому охвату*. Оба явления свойственны не только в социальной психологии, но и для психологии в целом. Если о бихевиористском подходе (заимствовавшем ключевые идеи из павловской психологии) можно главным образом говорить как об американской разработке, то считается, что переход — или восхождение — к когнитивизму был вызван появлением в Америке гештальт-психологии. <...>

Сегодня меньше интересуются (обозримым) социальным поведением, чем его когнитивным отображением, предшествующим поведению

(планирующим), сопровождающим его (контролирующим) и возникающим вслед за ним (запоминающим).

Наряду с постепенной трансформацией применения социально-когнитивного подхода мы наблюдаем приумножение количества социально-психологических теорий и сужение их границ. Историком психологии эта схема представляется знакомой. Точно так же, как в лучшую пору бихевиоризма множились направления его исследований, современный когнитивизм, по-видимому, порождает множество мини-теорий, которые стремятся охватить все поле социальной психологии.

За последние 25 лет отмечается еще одна перемена, а именно: изменение статуса американской социальной психологии — переход от довольно низкого статуса и маргинальной позиции внутри психологической науки к более уважаемому и значимому положению. Для Бершайда даже очевидно, что «социальная психология заняла почти центральное положение в современной психологической науке» — заключение если и не совсем верное, то справедливое по отношению к новым областям прикладной социальной психологии: группы, окружающая среда, здоровье, закон, организации.

Социальная психология в Европе

<...>

Каким же было состояние социальной психологии в довоенной Европе? Дисциплина не имела надлежащих институтов, были лишь отдельные ученые, интересовавшиеся социальной психологией. Например, в Англии в этом русле работал Бартлетт, чей главный труд по *воспоминаниям* (1932) лишь недавно привлек к себе внимание социальных психологов-когнитивистов. В Швейцарии таким человеком был Пиаже, работы которого, посвященные детскому развитию, оказали влияние на современную концепцию социализации, в основном благодаря его интересу к моральному развитию. В Германии социально-психологической проблематикой занимались Мёде, чья ранняя групповая экспериментальная психология уже тогда произвела впечатление на Флойда Олпорта (1924), и Хилпаш, который в 1921 г. основал первый Институт социальной психологии (просуществовавший недолго) и создал первый систематизированный немецкий учебник социальной психологии. И все же никто из этих или других европейских ученых не стал основателем или проводником социально-психологической традиции, не создал научного социально-психологического сообщества. После 1933 г. Гитлер способствовал их окончательному разобщению.

Такая же ситуация сохранялась в Европе и после 1945 г. Хотя отдельные специалисты и группы ученых занимались социально-психологическими исследованиями и преподавали в различных европейских уни-

верситетах, они «не знали о существовании коллег... обмен информацией проходил в основном между отдельными научными центрами и Соединенными Штатами» — так в 1971 г. обрисовал положение первый выпуск «Европейского журнала социальной психологии». Лишь по инициативе американцев в 50-х гг. социологи и социальные психологи семи европейских стран стали собираться (первая встреча прошла в Осло) для междисциплинарных и кросскультурных исследований проблем угрозы и отказничества. Однако за этим последовала еще одна инициатива, тоже исходящая от американцев, — подготовка баз для постоянных встреч европейских социальных психологов.

В 1966 г. была создана Европейская ассоциация экспериментальной социальной психологии (EAESP), которая вскоре стала ядром научного общества социальных психологов Европы. В середине 60-х гг. она состояла из небольших групп, затем превратилась в обширное объединение, куда вошли виднейшие ученые. Ассоциацию основали в период «холодной войны», и одной из ее задач стало подключение социальных психологов Восточной Европы в расширяющуюся коммуникативную сеть.

В качестве особого инструмента регулярно проводились так называемые «западно-восточные конференции» — по большей части в социалистических и нейтральных государствах вплоть до 1992 г., когда *все члены EAESP* могли открыто принимать участие в ее работе.

Первоначальное зависимое положение от североамериканской социальной психологии с благодарностью признается, однако вызывает сожаление отсутствие взаимности при обмене идеями с заокеанскими коллегами, особенно благодаря тем основателям EAESP, которые надеются на собственный европейский урожай. Среди первых, кто отчетливо выразил обеспокоенность и занялся поиском сущности европейской социальной психологии, были Тэджфел и Московичи, которые, каждый на свой лад, отстаивали в большей мере позиции социологической социальной психологии, нежели той, которая создавалась и развивалась в Америке. <...> Тэджфел и его ученики подчеркивали *социальные характеристики* индивидуального и группового поведения, то есть степень, до которой внедряются наши переживания и поведение, и их зависимость от ценностей культуры и общества, в котором мы живем. Однако общество содержит собственные структуры, которые не могут описываться в тех же понятиях, что и характеристики личностей. Поэтому «социальная психология может и должна прямо связывать свои теоретические и исследовательские разработки со взаимоотношением между функционированием человеческой психики и крупномасштабными социальными процессами и событиями, которые формируют это функционирование и сами им формируются».

Возможно, именно многообразие социальных и культурных характеристик европейской жизни и вызывало такую озабоченность социальным (то есть культурным) контекстом и самого социального поведения, и его психологических исследований. Внимание к социальному контексту ясно заметно, например, в работах Тэджфела, посвященных стереотипам, предрассудкам и межгрупповому поведению, а также в работах Московичи по социальному воздействию меньшинства и социальным представлениям. Однако вызывает озабоченность и картина разобщенности: многие центры социально-психологических исследований Европы не интересуются проблемой европейской самобытности и лишь «следуют на расстоянии и с опозданием за прихотливыми изменениями главной линии американской социальной психологии», а потому их теории и исследования мало отличаются от таковых в любом центре Северной Америки. <...>

Л. Росс, Р. Нисбетт

УРОКИ И ВЫЗОВЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ¹

<...>

Данные эмпирической социальной психологии зачастую сильно противоречат тому, что нам «известно» из опыта повседневной жизни. Справедливости ради надо сказать, что иногда мы все-таки бываем удивлены поведением окружающих, неожиданными действиями наших детей или друзей, а иногда и общественных деятелей. И все же по большей части мир кажется нам упорядоченным и предсказуемым. Экстраверт Билл приютит у себя компанию, а интроверт Джилл — нет. Аналогичным образом священник Церкви добрых пастырей будет проповедовать благотворительность, а конгрессмен-республиканец из преуспевающего округа штата будет призывать опираться на собственные силы и развивать свободное предпринимательство. Данный в мягкой форме ответ может погасить вспышку гнева. Если послать мальчишку выполнять мужскую работу, то результат будет скорее всего обескураживающим. И когда это действительно необходимо, наши лучшие друзья всегда приходят нам на помощь, как мы от них и ожидаем.

На ранних этапах своей научной деятельности авторы всерьез отработывали гипотезу о том, что этот кажущийся порядок является по большей части когнитивной иллюзией. Мы полагали, что люди привержены тому, чтобы видеть вещи такими, какими они их представляют, что они

¹ *Росс Л., Нисбетт Р.* Уроки и вызовы социальной психологии // Л. Росс, Р. Нисбетт. Человек и ситуация: Уроки социальной психологии. М., 1999. С. 32–53.

склонны устранять противоречия при помощи объяснений, в частности воспринимая людей более последовательными, чем они есть на самом деле. И хотя мы продолжаем считать, что подобная тенденциозная обработка информации играет важную роль в восприятии согласованности поведения, однако теперь мы убеждены также в том, что предсказуемость событий повседневной жизни по большей части реальна. В то же время мы считаем, что на многие принципы и интуитивные убеждения, которыми люди пользуются для объяснения и предсказания поведения, полагаться нельзя. Иными словами, люди часто делают *правильные* предсказания на основе *ошибочных* убеждений и ущербных прогнозистических стратегий.

<...>

Мы определяем в качестве обобщающих представлений, имеющих первостепенное значение для нашей отрасли знания, три принципа, нечто вроде трех китов, служащих основанием для нашего общего начинания.

Первый принцип имеет отношение к силе и тонкому, подчас скрытому, характеру ситуационных влияний. Второй — обращает внимание на важность субъективных интерпретаций конкретной ситуации людьми. Третий — говорит о необходимости рассмотрения и индивидуальной психики, и социальной группы в качестве напряженных систем, или «полей», характеризующихся равновесием между побуждающими и сдерживающими силами.

ТРИ КИТА СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

Принцип ситуационизма

Обсуждение ситуационизма в социальной психологии необходимо начать со знакомства с творчеством К. Левина (K. Lewin) — эмигранта из Германии, переехавшего в Соединенные Штаты Америки в середине 30-х гг. Сделанный им на протяжении следующего десятилетия научный вклад во многом переопределил сам предмет социальной психологии и вплоть до настоящего времени продолжает оказывать глубокое воздействие на ее главнейшие теоретические и прикладные направления. Левин начал формулировать свои теоретические положения со знакомого всем трюизма о том, что поведение представляет собой функцию личности и ситуации (или, выражаясь его же языком, функцию «жизненного пространства», включающего в себя как самого индивида, так и существующее в его психике представление об окружающей среде). Несмотря на равнозначность, содержащуюся в левинской формулировке, констатирующей совместное влияние ситуационных и диспозиционных детерминант поведения, экспериментальные исследования

(как самого Левина, так и его учеников) посвящены прежде всего влиянию непосредственной социальной ситуации. Предметом особого интереса Левина была способность ситуационных факторов и социальных манипуляций влиять на поведение, которое традиционно принято считать отражением личностных диспозиций и предпочтений.

Например, в 1939 г., во времена, когда призрак нацизма приобрел угрожающие очертания в глазах социальных исследователей, равно как и всего человечества, Левин, Липпит и Уайт провели один наводящий на размышления эксперимент, смысл которого состоял в формировании авторитарного и демократического группового «климата» в клубах для отдыха (созданных Левиным и его коллегами специально для целей данного исследования) путем изменений стилей лидерства. Данная переменная оказалась достаточно эффективной для того, чтобы породить ощутимые различия в отношениях молодых людей — членов клуба друг к другу и к тем, кто наделен властью в большей или в меньшей степени, чем они сами. Как показали Левин и его сотрудники, феномен «поиска козла отпущения», подчинение авторитетам, а временами и открытая враждебность, короче — весь тот вызывающий беспокойство комплекс реакций, который в целом ассоциируется с известным представлением об «авторитарной личности», может подавляться или поощряться путем сравнительно кратковременной манипуляции переменными непосредственного окружения человека.

Еще более важной иллюстрацией основанной Левиным традиции стала серия экспериментов, в которой использовалась тогда еще новая техника «группового принятия решений» с целью содействия изменениям в поведении потребителей или в отношении людей к медицинским мероприятиям и производительности труда. Эти исследования способствовали рождению фундаментального открытия Левина, знакомого теперь целым поколениям специалистов по психологии организаций и руководителям «тренинговых групп». Дело в том, что при попытке заставить людей изменить привычные для них способы действия, социальное давление со стороны неформальной референтной группы и налагаемые этой группой ограничения представляют собой наиболее мощную силу (сдерживающую изменения или вызывающую их), которая может быть использована для достижения успешных результатов.

Таким образом, основным положением ситуационизма Левина является тезис о том, что социальный контекст пробуждает к жизни мощные силы, стимулирующие или ограничивающие поведение. Левин вполне отдавал себе отчет в том, что эти силы зачастую упускаются из виду обыденной психологией и что их обнаружение должно являться главной задачей научной социальной психологии. К тому же Левин совершенно ясно осознавал, что можно провести указанную нами выше

аналогию между заблуждениями обыденной социальной психологии и обыденной физики.

Не менее важной частью ситуационизма Левина является здоровый интерес к внешне незначительным, но в действительности важным деталям ситуации. Сам он часто называл их «канальными факторами», поскольку этот термин отсылал к существованию незначительных, но вместе с тем критически важных фасилитирующих влияний или сдерживающих барьеров. Левин осознавал, что зачастую то или иное поведение вызывается к жизни открытием некоего канала (например, публичным одобрением той или иной последовательности действий или первым решительным шагом в направлении нового поведения) и блокируется иногда в результате перекрытия подобного канала (например, при неспособности в подходящий момент сформулировать определенный план для осуществления конкретных действий).

Один из примеров действия канальных факторов Левина дает нам исследование, проведенное Левенталем, Сингером и Джонсом. В своем эксперименте они имели дело с известной проблемой претворения благих намерений относительно рекомендуемых медицинских мероприятий в конкретные и эффективные действия. Все их испытуемые были студентами старших курсов, с которыми была проведена убедительная беседа о риске заболевания столбняком и важности вакцинации. Далее им было сообщено, куда они могут обратиться за прививкой. Письменное анкетирование показало, что беседа оказала крайне значительное влияние на изменение убеждений и аттитюдов, проявленных студентами. Тем не менее только около 3% из них отважились сделать себе инъекцию вакцины. Однако если испытуемым, прослушавшим ту же беседу, давали карту студенческого городка с помеченным на ней зданием медпункта и просили пересмотреть свой недельный график, определив конкретное время для вакцинации и маршрут до медпункта, то количество студентов, сделавших прививку, возрастало до 28%. Отсюда следует, что факта получения соответствующей информации о заболевании и способе его предотвращения и даже факта формирования общего намерения предпринять необходимые шаги, чтобы обезопасить себя, для большинства испытуемых было недостаточно. Очевидно, что, для того чтобы перейти к практическим действиям и добраться до медпункта, им было необходимо иметь также определенный план (а, возможно, даже и карту) или, пользуясь терминологией Левина, готовый «канал», через который намерения могли бы претвориться в действия.

Конечно, с точки зрения вопроса лояльности к медицинским мероприятиям цифра в 28% может вызвать разочарование. Можно заподозрить, что более конкретное приглашение «появиться в четверг в 10 часов утра, поскольку ваш обычный график предполагает, что в это время у вас кончится очередное занятие по химии и появится часовое «окно»

перед лекцией по общей психологии, начинающейся в 11 часов», возымело бы большее действие с точки зрения наставления испытуемых на «путь истинный», т.е. в направлении медпункта и противостолбнячных прививок. Похожие результаты дают и многие современные исследования, предметом которых является то, как люди пользуются бесплатными услугами здравоохранения. В ходе подобных исследований знание об аттитюдах и других «интересных» индивидуальных различиях редко помогает предсказать, кто из испытуемых придет в поликлинику или на консультацию, а кто нет. Напротив, гораздо более мощным средством прогнозирования оказывается информация о расстоянии, отделяющем человека от ближайшего медицинского учреждения. В данном случае простой канальный фактор вновь превосходит все остальные с точки зрения полезности для предсказания того, кто из рассматриваемых людей в действительности воспользуется медицинскими услугами.

Таким образом, принцип канальных факторов является одним из ключевых для понимания того, почему одни ситуационные факторы обладают большим влиянием, чем можно было бы ожидать, а другие — меньшим. Результативность масштабных, на первый взгляд, социальных программ и кампаний, не предусматривающих наличие эффективных каналов в форме ситуационного давления «на входе» или в форме ясно выраженных намерений и планов «на выходе», всегда будет служить поводом к разочарованию. В то же время ситуационные факторы, формирующие подобные каналы «на входе» и «на выходе», зачастую будут приносить ожидаемые результаты.

Принцип субъективной интерпретации (construal)¹

По иронии судьбы следующий фундаментальный принцип социальной психологии подвергает сомнению теоретическую и практическую ценность доктрины ситуационизма. Воздействие любой «объективно» стимулирующей ситуации зависит от личностного и субъективного значения, придаваемого ей человеком. Чтобы успешно *предсказать* поведение определенного человека, мы должны уметь учитывать то, как он сам интерпретирует эту ситуацию, понимает ее как целое. В случаях когда нашей целью является *контроль* или *изменение* поведения, вопросы субъективной интерпретации представляются не менее важными. Многие предпринятые с самыми лучшими намерениями и хорошо про-

¹ В русском языке существуют понятия, близкие по смыслу термину «construal» — «интерпретация (субъективная)» и «конструирование (реальности)». Вводя в научный оборот термин «construal», авторы книги стремятся описать нечто среднее между «интерпретацией» и «конструированием», а именно процесс, отводящий наблюдателю более активную и решающую роль, чем та, которую он исполняет в процессе интерпретации, но в то же время эта роль не столь значительна, как в процессе конструирования. <...>

думанные социальные программы потерпели крах из-за их истолкования участниками экспериментальных групп (например, акции социальной помощи и благотворительности часто воспринимаются людьми, на которых они направлены, как оскорбительные или стигматизирующие их). <...>

Уже в 30-е гг. европейские психологи — такие, как Ж. Пиаже и Ф. К. Бартлетт, развернули дискуссию о важности процессов субъективной интерпретации и исследований на эту тему, введя понятие «схема», т.е. «структура знания», суммирующая изначальное знание и накопленный индивидуальный опыт в отношении того или иного класса стимулов и событий. В то же время схема придает всему этому смысл и является основой ожидания, связанного с такими же стимулами и событиями в будущем. Помимо самого Левина наиболее убежденным сторонником тщательного изучения проблемы интерпретации человеком ситуации был Соломон Эш.

В менее далекие от нас времена социальные психологи вместе со своими коллегами, представителями когнитивной психологии, и специалистами в области искусственного интеллекта сосредоточили свое внимание на том, что можно было бы назвать «инструментами субъективной интерпретации». Дискуссии по поводу когнитивных структур (схем, сценариев, моделей, социальных представлений) и стратегий («эвристик» суждения, негласных правил разговора) и их роли в осмыслении людьми наблюдаемых событий стали еще более частым явлением.

<...>

Но все же установление факта наличия субъективной интерпретации или демонстрация того, что с ее помощью можно определять реакции людей на окружающую среду, не является нашей первостепенной задачей. Мы хотим лишь показать, что обычные люди постоянно недооценивают определяющее влияние субъективной интерпретации на поведение, что выражается в глубоких личностных и социальных последствиях. Мы хотим, в частности, показать, что в отношении субъективной интерпретации среди людей бытует три различных, но взаимосвязанных заблуждения.

Первым из этих заблуждений является неспособность признать, что понимание индивидом внешних стимулов является в большей степени результатом активного и конструктивного психического процесса, чем пассивного принятия и регистрирования некоей внешней реальности. <...>

Второе заблуждение — это неспособность осознать внутренне присущую субъективной интерпретации изменчивость. То, каким образом два разных человека (или даже один и тот же человек) будут интерпретировать одну и ту же ситуацию, можно предсказать только очень приблизительно, и такое предсказание всегда будет в достаточной степени неточным. Именно потому, что люди не осознают, насколько иначе мо-

гут оценивать ту или иную ситуацию другие, они склонны быть чересчур уверенными в своем предсказании их поведения. Люди могут проявлять излишнюю уверенность и в предсказании своего собственного поведения, если его контекст необычен или неопределен. Мы утверждаем, что люди способны прогнозировать поведение с обоснованной уверенностью лишь тогда, когда их собственная интерпретация безусловно точна и одновременно вполне совпадает с интерпретацией, имеющейся у человека, чье поведение рассматривается.

Третье заблуждение касается причинных атрибуций поведения. Дело в том, что люди оказываются не способны осознать степень, с которой наблюдаемые действия и результаты (в особенности неожиданные или нетипичные) могут служить отражением не личностных диспозиций действующего субъекта, а, скорее, объективных факторов ситуации, с которыми он сталкивается, и его субъективной интерпретации этих факторов. В сущности, люди могут очень быстро заново «вычислить» человека (т.е. понять, что он или она в каком-то отношении отличаются от остальных), но при этом весьма медленно «пересчитывают» или интерпретируют заново ситуацию (т.е. признают, что их первоначальное видение ситуации неполно или ошибочно либо по крайней мере оно значительно отличается от видения этой ситуации, которого придерживается находящийся в ней человек). <...>

Представление о напряженных системах

Третьим главнейшим вкладом социальной психологии и последним из трех концептуальных «китов», на которых покоится наша наука, является положение о том, что индивидуальная психика, а также коллективные образования (от неформальных социальных групп до целых наций) должны рассматриваться как системы, пребывающие в состоянии напряжения. Анализ любой отдельной стимулирующей ситуации должен начинаться с признания, во-первых, того, что поведение должно выводиться из всего количества одновременно сосуществующих фактов, а во-вторых, того, что эти одновременно сосуществующие факты имеют характер силового поля постольку, поскольку состояние каждой части данного поля зависит от любой другой его части. Существование простых механических закономерностей, соотносящих отдельные стимулы с конкретными реакциями, попросту невозможно, если учесть, что и те и другие встроены в динамический контекст, видоизменяющий и ограничивающий действие этих закономерностей. <...>

Существуют три важнейших следствия приложения понятия «напряженная система». *Первое* из них состоит в том, что *анализ сдерживающих факторов* может быть так же важен для понимания и прогнозирования эффекта, полученного от впервые используемого в ситуации стимула,

как и анализ самого этого стимула. Эффект от внедрения новой формы материального поощрения производительности труда на фабрике зависит от баланса сил, поддерживающих производительность на текущем уровне. В случае если существует групповая норма, осуждающая перепроизводство или «погоню за показателями», то эффект от внедрения этого стимула может оказаться незначительным, если не обратным. <...>

Второе важное следствие является оборотной стороной предыдущего. Дело в том, что, находясь на пороге изменений, системы иногда пребывают в *неустойчивом равновесии*. Мы можем вернуться к аналогии с рекой, обратившись к некоторым интересным фактам из истории заселения бассейна реки Миссисипи. На протяжении последних нескольких сот миль перед впадением в Мексиканский залив река протекает в основном по руслу, для изменения которого требуется событие по меньшей мере катастрофического масштаба. Но направление ее течения на *отдельных* участках может резко меняться в результате вполне заурядных, незначительных событий. Представьте себе, что человек с лопатой, принявшись за работу в нужном месте, прорывает небольшую канавку, постепенно делая ее все шире и шире до тех пор, пока река не потечет по новому руслу и ее старый изгиб не сгладится. <...>

Аналогия между течением реки и процессами, являющимися предметом как социальной психологии, так и психологии личности, представляется вполне ясной. Квазистационарное равновесие с трудом поддается изменению именно по причине баланса противостоящих друг другу сил, которые поддерживают статус-кво (и в определенном смысле постоянно устанавливают его заново). Вместе с тем внедрение в систему или замена в ней незначительных на первый взгляд сил, не чреватая, как это может показаться, последствиями, выливается иногда в крайне драматические и масштабные изменения.

Таким образом, *третье* следствие приложения понятия «напряженные системы» возникает в результате объединения первых двух. Подобно принципу субъективной интерпретации, принцип напряженных систем помогает нам понять, почему кажущиеся масштабными манипуляции с ситуациями не дают иногда значительного эффекта, в то время как внешне менее масштабные манипуляции иногда бывают весьма эффективны. Масштабные манипуляции могут оказаться бессильны перед лицом еще более масштабных сдерживающих факторов или даже увеличивать силу сопротивления последних. В противоположность этому менее масштабные манипуляции могут использовать факт ненадежного равновесия либо важный каналный фактор, вызывая сдвиги в системе скорее посредством изменения *направления* силовых воздействий, чем посредством грубой силы.

Мы могли бы проиллюстрировать вышеприведенные замечания, обратившись к удивительным событиям в странах восточного блока,

происходящим в момент написания этой книги. В течение 40 лет, начиная с окончания Второй мировой войны и приблизительно до 1985 г., уровень большинства внутренних процессов в этих странах, равно как и уровень их внешних сношений, удерживался в пределах, которые кажутся нам сейчас крайне ограниченными. Временами там имело место чрезвычайно жесткое подавление инакомыслия, за которым следовали незначительные послабления. Временами в этих странах могла проявляться определенная терпимость к предпринимательской деятельности, иногда же она почти отсутствовала. Колебания оттепели и заморозков в отношениях этих стран с государствами Запада в период холодной войны составляли такую величину, которая может быть теперь оценена в пределах одного градуса по Цельсию. Подобные незначительные колебания в развитии социальных процессов могут быть хорошо объяснены в терминах квазистационарного равновесия. Побуждающие факторы постоянно наталкивались там на равные по силе сдерживающие факторы. Соответственно изменения протекания различных процессов искусственно поддерживались на невысоком уровне.

Однако, как показали события последних лет, несмотря на то что эти системы пребывали в равновесии, в действительности они характеризовались очень высоким уровнем внутреннего напряжения. Присутствовавшие в них как побуждающие, так и сдерживающие силы обладали огромным потенциалом. Соответственно, когда произошло открытие *каналов воздействия*, изменения начали происходить с захватывающей дух быстротой, и в настоящий момент уже ясно, что для людей, рожденных в первые восемь десятилетий нашего века, внешний облик мира окажется в скором времени неузнаваемым.

Данные события также обязывают нас критически оценить нашу способность к прогнозированию происходящего в мире, представляющем собой совокупность напряженных систем. <...>

К. Дж. Герген

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ КАК ИСТОРИЯ¹

<...> Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы доказать, что социально-психологическое исследование есть по преимуществу исследование историческое. В отличие от естественных наук социальная психология имеет дело с фактами, которые подвержены заметным временным флуктуациям и по большей мере неповторимы. Принципы взаи-

¹ Герген К. Дж. Социальная психология как история // Социальная психология: Саморефлексия маргинальности. М., 1995. С. 23–49.

модействия людей не могут быть с легкостью выявлены с течением времени, потому что нестабильны факты, на которых они базируются. Здесь невозможна аккумуляция знания в обычном, научном понимании этого процесса. Ниже будут изложены два ряда аргументов в защиту данного тезиса: в первом случае в центре внимания будет воздействие науки на характер социального поведения, во втором — процесс исторических изменений. <...>

Влияние науки на процесс социального взаимодействия

<...> В последнее десятилетие обратная связь между учеными и обществом получает все более широкое распространение. Стремительно расширяются разнообразные каналы коммуникации. Современное либеральное образование предполагает знакомство с основными постулатами психологии. Средства массовой информации также постепенно осознают широкий интерес публики к психологическим проблемам. Издатели популярной периодики обнаружили прибыльность публикаций, отражающих мнение психологов по поводу современных моделей поведения. Если к названным тенденциям прибавить экспансию книжного рынка популярных изданий по психологии, растущие требования обоснованности общественных затрат на психологические исследования со стороны правительства, распространение техники разрешения конфликтов, становление (с помощью рекламы и деловых игр) психологии торговли и предпринимательства, а также возрастающий уровень доверия важнейших институтов (коммерческих, государственных, социальных) к сведениям кабинетных ученых, занятых психологией поведения, — все это позволит ощутить ту теснейшую взаимосвязь, которая существует между психологом и его культурным окружением. <...>

Однако не только практическое применение наших научных принципов может изменить характер эмпирических данных, на которых эти принципы базируются, но и сам процесс разработки этих принципов способен лишить их фактического основания. Можно привести три ряда аргументов, касающихся данной проблемы: первый связан с необъективностью оценок в процессе психологического исследования, второй — с «освобождающим эффектом» психологического знания, третий — с превалирующими ценностями культуры.

Тенденциозная предписательность психологической теории

Являясь аналитиками человеческого взаимодействия, мы обречены на своеобразную двойственность. С одной стороны, мы дорожим беспристрастностью в решении научных проблем, так как хорошо представляем себе последствия чрезмерной приверженности какой-либо систе-

ме ценностей. С другой стороны, как социализированные индивиды мы несем с собой массу ценностей, связанных с природой социальных отношений. Социальный психолог, чья система ценностей не влияет на предмет его исследований, исходы наблюдения или способы описания, будет скорее исключением, чем правилом. Мы включаем наши личностные ценности и в разрабатываемые нами теории социального взаимодействия. Воспринимающий эти теории получает, таким образом, двоякую информацию: бесстрастное описание того, что является, и искусно замаскированное предписание того, что желательно. <...>

Например, в работах, посвященных конформизму, конформиста нередко рассматривают как гражданина второго сорта, как представителя социального стада, который отказывается от личных убеждений в угоду ошибочному мнению других. В результате модели социального конформизма привлекают общественное внимание к таким факторам, которые в принципе могут повлечь за собой социально нежелательные действия. В сущности, психологическая информация блокирует влияние подобных факторов в будущем.

Аналогичный подтекст нередко содержат и исследования изменения аттитюдов. Знание принципов смены аттитюдов вселяет лестную уверенность в своей способности изменять окружающих людей, которые таким образом низводятся до статуса манипулируемых. Тем самым теории смены аттитюдов обращают внимание широкой публики на необходимость психологической защиты от факторов потенциального воздействия. Точно так же теории агрессии, как правило, третируют агрессора, модели межличностных соглашений осуждают отношения эксплуатации, а концепции морального развития пренебрегают теми, чей уровень нравственного становления не достиг оптимальной стадии. Свободной от ценностных предрассудков может, на первый взгляд, показаться теория когнитивного диссонанса; однако в большинстве работ этой теоретической ориентации в крайне нелестных выражениях описываются источники снижения диссонанса. Как это глупо, — скажем мы, — что люди должны плутовать, стремиться получить низкий тестовый балл, менять свое мнение о других или есть нелюбимую пищу — и все это только для того, чтобы поддерживать социальное согласие!

<...> Категории, которыми оперирует психология, редко свободны от ценностей; большинство из них вполне можно было бы заменить другими понятиями с совершенно иным ценностным багажом. Социальный конформизм можно было назвать просоциальным поведением, изменение аттитюдов — когнитивным взаимодействием, а склонность к риску — проявлением социального бесстрашия. <...>

Передача ценностей посредством знания лишь отчасти происходит сознательно. Приверженность ценностям — это неизбежный побочный продукт социального бытия, и мы как участники социального процес-

са, преследуя свои профессиональные цели, вряд ли можем отгородиться от ценностей общества. Кроме того, используя для научного общения язык своей культуры, мы не найдем таких терминов для обозначения социальной интеракции, которые не были бы обременены ценностными предписаниями. Видимо, наилучший выход — это предельное внимание к собственной предвзятости и откровенность ее выражения. Ценностная тенденциозность может оказаться неизбежной, но мы в состоянии избежать ее облачения в костюм объективной истины.

Знание и свобода поведения

В психологической исследовательской практике не принято сообщать о теоретических предпосылках исследования его объекту ни до, ни в ходе эксперимента. <...> Точно так же в психологически информированном обществе чистая проверка теорий, о которых общество информировано, становится трудноосуществимой задачей. Здесь и заключено фундаментальное различие между естественными и социальными науками. <...>

Мое общее предположение таково: искусственность в сфере психологических принципов освобождает людей от поведенческих последствий этих принципов. Она делает индивида крайне чутким к внешним воздействиям и привлекает его особое внимание к определенным аспектам окружающей среды и собственной личности. Так, знание о невербальных сигналах психологического стресса или разрядки позволяет избегать подачи этих сигналов в тех случаях, когда это выгодно субъекту; сведения о том, что люди, попавшие в беду, имеют меньше шансов получить помощь в толпе зевак, могут положительно повлиять на решение предложить свою помощь в подобных обстоятельствах; информация о мотивационном подъеме как о факторе, влияющем на интерпретацию событий, может помочь индивиду, переживающему это состояние, принять меры предосторожности. В каждом из приведенных примеров знание психологических принципов расширяет диапазон альтернативных действий, приводя к модификации или постепенному исчезновению прежних поведенческих моделей.

Бегство к свободе

Процесс исторического обесценивания психологической теории можно далее проследить, обратившись к анализу присущих западной культуре эмоциональных предрасположенностей. Наиболее важным в данном случае является ощущение общего беспокойства, которое свойственно западному человеку при ограничении диапазона его альтернативных реакций. <...>

Повсеместное распространение этой усвоенной социальной ценности имеет огромное значение для социально-психологической теории с точки зрения сроков ее исторической достоверности. Обоснованные теории социального поведения становятся действенным орудием социального контроля. Поскольку поведение индивида в той или иной мере поддается предсказанию, он оказывается психологически уязвимым. Окружающие его люди могут изменить внешние условия или собственное поведение в отношении данного индивида, рассчитывая получить максимум выгоды при минимальных издержках. <...> Психологическое знание становится, таким образом, грозным оружием в руках других. Следовательно, психологические принципы таят в себе потенциальную опасность для тех, кто им подчиняется. Поэтому стремление к личной свободе может провоцировать такое поведение, которое лишает достоверности психологическую теорию. Чем большей способностью предвидения обладает психологическая теория, тем шире ее социальное распространение и тем более громкой и повсеместной будет общественная реакция.

Общепринятая ценность личной свободы — это не единственный эмоциональный фактор, от которого зависит долговечность социально-психологической теории. Значимой ценностью для западной культуры выступает также индивидуальность или уникальность личности. <...> Психологическая теория с ее номотетической структурой не способна воспринять уникальное событие или явление; она рассматривает индивидов только как представителей соответствующих классов объектов. Ответная массовая реакция сводится к утверждению дегуманизирующего характера психологической теории. Как отмечал в этой связи А. Маслоу, пациенты обычно негодуют, если их начинают классифицировать по рубрикам и награждать медицинскими ярлыками. Крайне жестко реагируют на попытки психологической дешифровки их поведения и представители различных социальных групп — женщины, негры, социальные активисты, жители пригородов, наставники, престарелые. Таким образом, мы пытаемся лишить ценности те теории, которые заманивают нас в ловушку своей обезличенностью. <...>

Психологическая теория и культурные изменения

Опровержение трансисторичности законов социальной психологии не исчерпывается анализом влияния психологической науки на общество. Необходимо рассмотреть и другой ряд аналитических аргументов. Мы обнаружим, что зафиксированные закономерности, а следовательно, и теоретические принципы жестко привязаны к текущим историческим обстоятельствам. Например, переменные, которые служили надежными гарантами политической активности на ранних этапах войны во Вьетнаме, заметно отличаются от подобных индикаторов более позднего перио-

да этой же войны. Напрашивается очевидный вывод об изменениях в мотивации политической активности с течением времени. <...>

Подобные функциональные сдвиги не ограничиваются сферами непосредственного общественного интереса. Например, теория социального сравнения Фестингера и экстенсивное направление дедуктивного исследования базируются на двойном допущении, согласно которому: а) люди стремятся к адекватной самооценке и б) с этой целью сравнивают себя с другими. Нет никаких оснований предполагать, что склонности, о которых идет речь, предопределены генетически; мы без труда можем представить себе людей или целые общества, применительно к которым эти допущения не будут иметь силы. Многие социальные аналитики критически относятся к общепринятой тенденции определять свое Я со скидкой на мнение окружающих и пытаются посредством своих критических замечаний изменить само общество. Таким образом, целое исследовательское направление оказывается в сущности зависимым от совокупности приобретенных склонностей — склонностей, которые могут измениться под воздействием времени и обстоятельств.

Точно так же от исходного допущения зависит и теория когнитивного диссонанса, которая основывается на принципе непереносимости когнитивных противоречий. Подобная непереносимость вряд ли имеет генетическую основу: найдутся, разумеется, индивиды, которые по-иному ощущают когнитивное противоречие. К примеру, ранние писатели-экзистенциалисты всячески приветствовали несообразность как таковую. Мы опять-таки вынуждены констатировать, что прогностическая сила теории (в данном случае теории когнитивного диссонанса) зависит от наличного состояния личностных диспозиций. Аргументы, которые приводились выше в связи с теорией социального сравнения, вполне могут быть использованы применительно к работе Шехтера по проблеме аффилиации; описанный Милграмом феномен послушания, вне всяких сомнений, связан с современным отношением к власти. В исследованиях, посвященных смене аттитюдов, доверие к передающему информацию потому является столь сильным фактором мотивации, что в рамках нашей культуры мы приучены целиком и полностью полагаться на авторитеты; переданное же сообщение со временем начинает рассматриваться как независимое от своего источника только потому, что в данный текущий момент времени связь между содержанием информации и ее источником оказывается для нас бесполезной. Склонность поддерживать скорее друзей, чем посторонних, обнаруженная при изучении конформизма, частично обусловлена усвоенным знанием о том, что товарищеская измена наказуема в современном обществе. Анализ каузальной атрибуции связан с культурно обусловленной традицией, согласно которой человек рассматривается как источник своих действий. Эта тенденция вполне может претерпеть изменение, и некоторые ис-

следователи аргументированно доказывают, что именно так и случится в будущем. <...>

Значение вышеизложенного для исторической науки о социальном поведении

Доводы, изложенные выше, показывают бесперспективность дальнейших попыток построения общей теории социального поведения. Необоснованной представляется и связанная с этими попытками вера ученых в то, что знание, касающееся законов социального поведения, может быть накоплено точно так же, как это происходит в естественных науках. Занятия социальной психологией есть по преимуществу занятия исторические, где исследователь поглощен объяснением и систематизацией современных ему социальных явлений. <...> Речь идет о существенных изменениях в самом характере исследовательской работы социального психолога, среди которых особого внимания заслуживают пять направлений.

1. За интеграцию чистого и прикладного знания

<...> Среди представителей академической психологии широко распространено предубеждение против прикладных исследований. Новая точка зрения на социально-психологическую науку разбивает теоретические основания этого предубеждения. Результаты теоретических усилий «чистого» исследователя не менее преходящи: обобщения в области чистого знания обычно не выдерживают испытания временем. В своих интерпретациях социального взаимодействия психологи с успехом используют научную методологию и концептуально-аналитический инструментарий. Однако, учитывая бесперспективность всяких попыток совершенствования научных принципов социальной психологии с течением времени, было бы гораздо полезнее применять этот инструментарий для решения текущих социальных проблем. <...> Изложенные соображения диктуют необходимость сосредоточенного изучения современных социальных вопросов с использованием наиболее общих концептуальных схем и научных методов.

2. От прогнозирования к обострению социальной восприимчивости

Основными задачами психологии традиционно считались поведенческое прогнозирование и контроль. В свете новых аргументов эти цели представляются ошибочными и не могут служить основанием для психологического исследования. Психологическая теория может играть беспрецедентную роль в качестве катализатора социальной восприимчивости и чувствительности. Она может сделать достоянием масс весь набор факторов, потенциально воздействующих на поведение в различных обстоятельствах. С помощью психологического анализа можно также

вычислить роль этих факторов в данный конкретный момент времени. Социальная психология способна обострить восприимчивость к малейшим социальным воздействиям и самым незначительным гипотезам, считавшимся бесполезными прежде, причем как в сфере социальной политики, так и в области личных взаимоотношений. <...>

3. Разработка индикаторов психосоциальных диспозиций

<...> Ошибочным является толкование социально-психологических процессов как базовых в естественно-научном смысле слова. Скорее их следует рассматривать как психологические копии культурных норм. Точно так же как социолог занимается определением временных сдвигов в политических ориентациях или моделях социальной мобильности, так и социальный психолог должен следить за изменением психологических склонностей в их связи с социальным поведением. Если устранение когнитивного диссонанса — это важный процесс, то мы должны уметь определить социальную функцию этой психологической склонности, характер ее социального распространения с течением времени, а также доминирующие в данный момент способы разрешения когнитивных противоречий. Если выясняется, что обостренное чувство собственного достоинства сказывается на характере социальных интеракций, многоаспектный социокультурный анализ должен помочь в выявлении социальных масштабов данной диспозиции, ее роли в разных субкультурах и тех сферах социального поведения, связь которых с данной диспозицией наиболее вероятна в избранный момент времени. Поэтому так необходима совокупность методологических приемов, способных отобразить форму, влияние и глубину распространения психосоциальных диспозиций в их временном аспекте. По сути дела мы нуждаемся в методике получения социальных индикаторов, чутко реагирующих на психологические сдвиги.

4. Изучение стабильности поведения

<...> Существуют такие мощные социально-приобретенные склонности, которые неподвластны ни «психологии просвещения», ни историческим переменам. Например, люди в целом всегда будут стремиться избежать воздействия физически болезненных раздражителей, независимо от изощренности этих раздражителей или принятых культурных норм. Поэтому как исследователи мы должны мыслить в терминах *континуума исторических длительностей*, на одном полюсе которого сосредоточены процессы, наиболее подверженные историческому влиянию, а на другом — явления, обладающие наивысшей исторической стабильностью.

С учетом сказанного очевидной становится необходимость исследовательских методов, которые позволят дифференцировать социальные феномены по степени их исторической стабильности. С этой целью можно было бы обратиться к приемам кросскультурного анализа. <...>

При изучении минувших исторических периодов можно было бы использовать технику контент-анализа. Однако пространственно-временное осмысление поведенческих моделей, которое, безусловно, принесет с собой немало оригинальных соображений, касающихся исторической стабильности, сопряжено с определенными трудностями. Так, некоторые стереотипы поведения устойчивы до тех пор, пока они не подвергнутся тщательному изучению, другие же просто утрачивают свои функции с течением времени. Упование людей на промысел Божий имеет длительную историю и обширную культурную географию; тем не менее многие социальные критики с сомнением относятся к возможности сохранения этой ориентации в будущем. Таким образом, при оценке поведенческих феноменов с точки зрения их исторической длительности мы призваны объяснять не только их реальную, но и потенциальную историческую продолжительность. <...>

5. За единую социально-историческую науку

Мы установили, что социально-психологическое исследование есть прежде всего систематическое изучение современной истории. В таком случае было бы недальновидным культивировать существующую сегодня изоляцию нашей дисциплины, ее оторванность от традиционной исторической науки, во-первых, и других исторически ориентированных научных дисциплин (включая социологию, политологию и экономическую науку), во-вторых. <...>

Осмысление политических, экономических, институциональных факторов — это весомый совокупный вклад в целостную интерпретацию социальных процессов; изучение же одной только психологии обогатывается искажением современных условий общественной жизни.

Т. Г. Стефаненко

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ И КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ¹

На протяжении всей истории экспериментальной социальной психологии, прежде всего американской, исследователи были заняты поиском универсальных закономерностей социального поведения, общения и взаимодействия индивидов. Практически все разработанные ими теории и модели — от концепции фрустрации-агрессии до атрибутивных теорий — по мнению Г. Триандиса, могут быть охарактеризованы как структуры интраиндивидуальных механизмов или процессов обработки информации, которые активируются в ответ на некоторые сти-

¹ *Стефаненко Т. Г.* Социальная психология и культурный контекст // Т. Г. Стефаненко. Этнопсихология. М., 2006. С. 155–162.

мульные условия и более или менее непосредственно определяют социальные когниции, аттитюды и поведение.

Во всех подобных, считавшихся универсальными, концептуальных системах бросается в глаза отсутствие культурных переменных и даже подчеркивается инвариантность социально-психологических механизмов и процессов для *всех* индивидов во *всех* социальных и культурных контекстах. Так, теория когнитивного диссонанса индифферентна к содержанию когниций, а теория фрустрации-агрессии — к конкретному содержанию фрустрации и фрустрируемой цели.

Этим социальная психология отличалась от другой «американской» науки — культурантропологии, с 20-х гг. XX в. занимавшейся поисками связей между внутренним миром человека и культурой. Удивительным образом социальные психологи не вступили в «незримый колледж» междисциплинарных исследователей — прежде всего культурантропологов и философов — даже в 40–50-е гг., которые считаются «эрой личности и культуры» в американской и европейской социальных науках.

Только в последние десятилетия XX столетия социальные психологи стали задумываться о месте культуры в психологии, о проблемах их взаимосвязи и о необходимости налаживания в этой области контактов с другими науками о человеке и обществе.

Одна из причин того, что культура заняла в социальной психологии подобающее ей место лишь в последние десятилетия, — тенденции мирового общественного развития. Необходимо учитывать, что лишь начиная с 60–70-х гг. XX столетия в мировом масштабе наметились процессы, характеризующиеся повышенным интересом народов во всем мире к своей традиционной культуре. Естественно, что современные общества, находящиеся в процессе этнического возрождения, являются «заказчиком», требуя от социальной психологии решения связанных с ним непростых проблем.

Но есть и другая причина роста интереса к культуре в социальной психологии последней трети XX в. Ее следует искать в истории самой науки, которая только к этому времени получила распространение во всем мире. До этого она интенсивно развивалась в одной стране — США, а исследователи и объект их изучения являлись носителями одной культуры — евро-американской в широком смысле слова со свойственными ей практицизмом и рационализмом.

В этой ситуации американские исследователи если и могли бы выявить некие универсальные закономерности, не зависящие от расы, культуры, социального класса, то только избежав проявлений *этноцентризма*, заключающегося в предпочтении норм и ценностей своей культуры как естественных, правильных и даже универсальных. Но, как с сожалением отмечают Ф. Могаддам, Д. Тейлор и С. Райт: «...этноцентризм, включающий уверенность в превосходстве собственной культурной груп-

пы, столь сильно повлиял на социально-психологические исследования, что даже некоторые из наиболее известных результатов не подтверждаются при проверке в культурах вне Северной Америки».

Можно привести множество примеров, свидетельствующих о том, что социальная психология добилась весьма ограниченных успехов в установлении универсальных, не зависящих от культуры принципов. Ее якобы «естественные» законы очень часто ограничены только европейской культурой, а большинство теорий нерелевантно незападным культурным условиям. Впечатляющий пример, подтверждающий культурные границы социальной психологии, — попытка повторить в Израиле исследования, проведенные в США. И. Амир и И. Шарон из тридцати пяти исследований, результаты которых были опубликованы в 1973—1975 гг., выбрали шесть, затрагивавших общечеловеческие, а не уникальные американские проблемы и не требовавших сложного оборудования. Однако даже в этом случае из 64 возможных результатов в Израиле подтвердились только 30, т.е. меньше половины, а остальные оказались подвержены влиянию культурного контекста.

Социальные психологи убедились в невозможности «импорта» из США многих социально-психологических концепций даже в соседнюю Канаду. Что же говорить о культурах, в большей степени отличающихся от культуры США, чем канадская и израильская, в частности о культурах юга и юго-востока Азии?

Среди множества различий между культурами Запада и Востока, которые в наибольшей степени повлияли на то, что результаты, полученные американскими исследователями, оказались нерелевантными в других культурах, в качестве стержневых следует выделить два: *отношение к соответствию* и *отношение к контексту*. Более того, из дальнейшего изложения станет понятно, что они взаимосвязаны.

В американской социальной психологии значительное место занимают теории «когнитивного баланса», «когнитивного диссонанса», «когнитивной конгруэнтности» и т.д., в основе которых лежит зародившаяся еще в древнегреческой философии идея соответствия. Но, например, японцы или индийцы намного меньше озабочены проблемой когнитивного соответствия, чем представители западной культуры. Как отмечает Г. Триандис, «мы на Западе полагаем, что если “истинно А, то Б истинным быть не может”, но эта точка зрения имеет мало смысла в таких культурах, как индийская, где широко распространен философский монизм, согласно которому “все едино” и “противоположность великой истины также является великой истиной”».

Психологи установили, что основным свойством личности индийцев является принятие противоречий. Так, они могут определять себя как «едящих мясо вегетарианцев», подразумевая, что обычно они едят растительную пищу, но, находясь в компании с «мясоедами», не отказываются и от

животной. Иными словами, не обращая внимания на противоречия, индийцы обращают внимание на контекст, на то, с кем и при каких условиях происходит общение. Когда испытуемых из Индии и США просили описать знакомого им человека, американцы чаще, чем индийцы, использовали не зависящие от контекста характеристики (например, «разумный»), а индийцы чаще описывали индивида в определенном контексте («разумный на базаре» или «неразумный в общении с тещей»).

Итак, идеи когнитивного соответствия и суждений вне контекста оказываются более пригодными при сборе данных на Западе, чем в странах Востока. Тем не менее традиционная экспериментальная социальная психология как раз и не учитывала социальный в широком смысле (в том числе и культурный) контекст: незнакомых между собой людей помещали в непривычную для них обстановку и просили решить далекие от реальной жизни задачи.

Однако при всех своих вышеперечисленных особенностях американская психология долгое время оставалась эталоном для исследователей Азии, Африки и Латинской Америки, которые считали, что, если их результаты не соответствуют западным теориям, что-то не в порядке с их результатами, а не с теориями. Как отмечает Г. Триандис, у многих социальных психологов стран «третьего мира» даже сформировался комплекс неполноценности. Кроме того, во многих культурах скромность является большей добродетелью, чем на Западе, поэтому незападные психологи долго не говорили своим американским коллегам: «Ваша теория если и не ошибочна, то не универсальна». Первыми это осмелились сказать японцы. А затем и в других странах пришли к осознанию того, что воспроизводство западной социальной психологии в других регионах мира крайне затруднительно и приводит к неполному, даже искаженному пониманию местных культур и их представителей. Постепенно в странах «третьего мира» приступили к созданию теорий, «стремящихся взглянуть на группу глазами ее членов» и учитывающих социальный и культурный контекст — ценности, нормы, систему верований конкретной этнической общности. <...>

Что касается отечественной социальной психологии, то ее априорно рассматривают наукой западного типа. Однако православная культура породила те особенности русской ментальности (терпимость к неопределенности и противоречиям, приоритет духа над материей и культ созерцания), которые указывают, что место российской социальной психологии — между Востоком и Западом. Тем не менее в настоящее время социальная психология в нашей стране, как, впрочем, и вся гуманитарная наука, куда более скована позитивистской парадигмой и благоговеем перед эмпиризмом, чем западная.

Парадокс заключается в том, что российские исследователи в основном исходят из традиционных американских моделей в то время, как на

Западе озаботились проблемой конвергенции социальной психологии и выделили три задачи по включению в нее культурного контекста. Наиболее очевидная из них — *перенос* и *проверка* социально-психологических знаний на другие этнические группы, выяснение того, подтверждаются ли они во многих, а желательно во всех культурных контекстах, иными словами, проверка универсальности существующих социально-психологических теорий. Следующая задача, стоящая перед социальной психологией, — *раскрытие* и *исследование* психологических переменных, которые отсутствуют в западном — весьма ограниченном — культурном опыте. И создание индигенных теорий является при решении этой задачи необходимым этапом исследовательского процесса. Предполагается, что, лишь решив эти задачи, можно приступить к решению третьей задачи — *интеграции* результатов и их обобщения в подлинно универсальную социальную психологию, валидную если не для всех, то для широкого круга культур.

Существование универсалий в других науках о человеке и обществе (в биологии, социологии, антропологии) позволяет исследователям надеяться на успех в раскрытии социально-психологических явлений, которые характеризуют *Homo sapiens* как вид. Однако в настоящее время усилия социальных психологов, работающих в парадигме культурной психологии, направлены в основном на решение первой из упомянутых задач. При этом они сталкиваются с большим количеством проблем и трудностей при переносе исследований из одной культуры в другую и даже задаются вопросом: возможно ли валидное сравнительно-культурное исследование?

По мнению Г. Триандиса, наилучшие результаты могут быть достигнуты в комплексном *etic-emic-etic* подходе с использованием *etic* категорий и *emic* способов их измерения. В качестве примера можно привести проблемы, которые необходимо решить при сравнительно-культурном исследовании социальной дистанции.

Не вызывает сомнений, что понятие *социальная дистанция* является универсальным (*etic*) конструктом и имеет смысл во всех культурах. Однако оригинальные вопросы Е. Богардуса являлись культурно-специфичными (*emic*) для США начала прошлого века, и серьезную ошибку допускают исследователи, использующие их в другое время и в других культурах.

Во-первых, существуют значимые и даже специфичные для культур группы, и индивид в разной степени идентифицирует себя с ними: в одних культурах он тесно связан с малой (нуклеарной) семьей, в других — с племенем, в одних — наиболее значимой группой является группа соседей, а в других — элитарный клуб. Триандис при исследовании культурной дистанции в США и Греции учитывал это обстоятельство. Поэтому в каждой культуре он выявил связи индивида со всеми возможными группами и сконструировал два разных, стандартизированных для

культуры, но эквивалентных между собой, набора вопросов. Например, в Греции измерялось согласие испытуемых на включение представитель чужих этнических общностей в *парею* (компанию друзей), а в США — согласие пригласить с ними в клубе.

Во-вторых, некоторые формы контактов, используемые для измерения социальной дистанции в одной культуре, не имеют смысла в другой. В Индии для измерения социальной дистанции может быть использовано *emic* понятие «прикасаться к моей посуде». Так как в этой стране до сих пор сохранились идеи «ритуального осквернения» — индивид, согласный жить рядом с представителем более низкой касты, может не согласиться, чтобы тот дотрагивался до его посуды. Но, как не без иронии отмечает Триандис, абсолютно бессмысленно было бы выяснять отношение американца к тому, что к его посуде прикоснется турок.

Итак, для получения надежных данных в сравнительно-культурном исследовании предпочтительнее не переводить методики с одного языка на другой, а в каждой культуре искать *emic* эквиваленты используемых категорий. Но на практике социальным психологам часто приходится использовать переведенные методики. Для этих случаев созданы специальные — достаточно сложные — техники перевода, например метод двойного перевода с децентрированием, предложенный О. Вернером и Д. Кэмпбеллом. Разрабатывая свой метод, они исходили из того, что существуют разные способы для выражения одной и той же мысли. Поэтому тщательная «подгонка» друг к другу текстов на двух языках — с изменением их формы, но не смысла — может облегчить перевод, не создавая сложностей при проведении исследования. <...>

Невозможно перечислить все моменты, влияющие на валидность и надежность результатов сравнительно-культурных исследований. В частности, следует учитывать так называемую *пристрастность ответов*. Например, между представителями культур существует заметная вариативность в использовании предлагаемых вариантов: испытуемые могут в большей или меньшей степени предпочитать крайние варианты ответов типа «Я совершенно согласен/не согласен»; отвечать либо только тогда, когда абсолютно уверены в ответе, либо на все вопросы. В разных культурах отмечена и разная вероятность использования искажающих реальность социально желательных ответов. При этом социальная желательность может проистекать из стремления выразить идеалы своей культуры, угодить исследователю либо властям. К сожалению, до сих пор не найдено способа для определения того, что в каждом конкретном случае является причиной подобной вариативности — несовершенство измеряющего инструмента или подлинные межкультурные различия.

Необходимо также помнить, что в каждой культуре существуют слои населения, труднодостижимые для исследователей. Например, богатые и влиятельные люди, как правило, недоступны в западных культурах,

но в традиционных культурах именно они являются основным объектом изучения, так как визит исследователя даже повышает их статус. Американские ученые жалуются на трудности проведения исследований в школах, так как их администрация опасается результатов, которые могут оказаться антирекламой для учебного заведения. А в России при работе в школе не возникает столь серьезных трудностей.

Кроме того, на сбор данных и их интерпретацию оказывают влияние механизмы межгруппового восприятия. Особенно опасно, если в работах этнопсихологов проявляются тенденции этноцентризма, когда стандарты своей культуры используются в качестве универсальных. Как уже отмечалось, этноцентризм в сравнительно-культурных исследованиях можно обнаружить достаточно часто и на разных уровнях: 1) при формулировании теорий и концепций, так как идеи социальных психологов и используемые ими понятия обусловлены культурой; 2) при выборе предмета исследования без учета особенностей одной из изучаемых культур; 3) при введении в якобы универсальные методики категорий, специфичных для своей культуры.

И последнее, — в начале нового тысячелетия большинство жителей Земли, кроме своей собственной, в той или иной мере связаны и с другими культурами, иными словами, они живут в *гибридных культурах*. Взаимопроникновение культур признается многими психологами, пришли они и к осознанию того, что для исследователей решить методологические проблемы гибридных культур намного сложнее, чем проблемы изучения или сравнения культур дискретных.

Однако, несмотря на сложности, с которыми сталкиваются ученые при сравнении психологических явлений у разных народов, в настоящее время во всем мире наблюдается настоящий бум исследований, являющихся социально-психологической проекцией на культурное разнообразие человечества.

<...>

Г. М. Андреева

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ¹

1. Перспектива новой парадигмы для социальной психологии

Конец XX столетия остро поставил проблему социальных изменений перед всей системой общественных наук. Радикальные трансфор-

¹ Андреева Г. М. Социальная психология и социальные изменения // Психологический журнал. 2005. № 5. С. 5–15.

мации в экономической, политической и социальной сферах отдельных стран и всего мирового сообщества требовали учета новых реалий, и исследования в области обществоведения не могли их игнорировать. Все современное сообщество оказалось на рубеже веков не только радикально измененным, но и постоянно изменяющимся. Именно поэтому самым значимым фактом новой ситуации стала очевидность **социальных изменений**, которая выступила предметом исследования практически всех социальных наук.

<...>

В социальной психологии общим местом стало упоминание о том, что ни понятийный аппарат науки, ни ее методологическое обеспечение не приспособлены для исследования социально-психологических феноменов в контексте социальных изменений. Весь накопленный социальной психологией опыт, все ее теоретические и экспериментальные разработки так или иначе апеллировали к *стабильному* обществу. Такая переменная, как *стабильность/нестабильность*, вообще не фигурировала в исследованиях, что, по-видимому, частично оказалось результатом «американского» варианта дисциплины.

Поэтому особенно сильным акцент на эту черту социально-психологического знания был сделан европейскими исследователями. В фундаментальном труде «Контекст социальной психологии», который претендует на формулирование специфики «европейского подхода», А. Тэшфел четко проводит мысль о том, что «вакуум» социально-психологических экспериментов проявляется не только в том, что они игнорируют социальный контекст как таковой, но и в том, что в них вообще не учитывается факт *изменения*, характеризующего любой изучаемый объект. Тэшфел призывает к тому, чтобы главной проблемой социальной психологии стала проблема социальных изменений, более точно — проблема отношений между Человеком и Социальным Изменением. По мнению автора, «Изменение» — фундаментальная характеристика социального окружения человека, побуждающего его совершать *выбор* определенной линии поведения. Но если предсказание такого выбора и возможно в условиях стабильности, в условиях изменения оно становится практически невозможным: традиционно в социально-психологическом исследовании предсказание строится на анализе «ожиданий», «оценок» индивида, но в ситуации изменения последние, как правило, разрушаются, и индивид оказывается перед совершенно новым выбором. Поэтому «нельзя адекватно предсказывать поведение в мифически не изменяющемся мире». Ярким примером этого явилась неспособность социальной психологии не только спрогнозировать, но и удовлетворительно объяснить события «студенческой революции» 1968 г. Социальная психология лишь тогда преодо-

леет свойственные ей ограниченности, когда обратится к своему собственному предмету — психологическим аспектам социальных изменений. Сходная мысль выражена и другим классиком европейской социальной психологии С. Московичи: если социальная психология существовала преимущественно как «наука порядка», то предпочтительно видеть ее как «науку движения», что, естественно, включает ее в контекст социальных изменений.

<...>

Совершенно очевидно, что включение проблемы социальных изменений в новую парадигму социальной психологии XXI в. особенно актуально для России, где сам характер этих изменений столь значителен, что анализ их психологического аспекта предстает как своеобразный вызов социальной психологии. Радикализм осуществляемых здесь преобразований не позволяет быть «схваченными» в рамках разработанных схем, требуются новые подходы и принципы анализа. Поэтому представляется необходимым обозначить основные линии такого анализа как на общетеоретическом, так и на прикладном уровнях. Причем и в том, и в другом случае целесообразно рассмотреть как общие тенденции нового подхода, сложившиеся в мировой практике (учитывая и предпосылки, имеющие место в отечественной традиции), так и специфические проблемы, встающие непосредственно перед исследователями, работающими в России сегодня.

Можно констатировать, что очевидны два направления анализа проблемы социальных изменений в социальной психологии: что предстоит сделать для совершенствования *исследования* новой ситуации в рамках данной дисциплины и как может быть выполнена ею задача *воздействия* на ситуацию с целью оказания помощи реальным субъектам общественного процесса. Но этому необходимо предпослать уточнение того угла зрения, который характерен именно социально-психологическому анализу в отличие от более «развитого» социологического подхода.

2. Специфика социально-психологического подхода к анализу социальных изменений

Одна из основных проблем, выражающих специфику социально-психологического подхода в данном контексте, — проблема *восприятия* социальных изменений рядовым человеком, представленность их в массовом сознании, конструирование образа социального мира.<...> Не случайно особенно четко эта проблема поставлена в современной *психологии социального познания*. Можно утверждать, что сам факт обособления этой области знания в рамках психологии в значительной степе-

ни связан с необходимостью исследовать процесс построения человеком образа социального мира и те трудности, которые встают перед ним при познании изменяющейся социальной реальности. Хотя ориентация в окружающем социальном мире всегда была потребностью человека, она резко возрастает в период существенного ускорения общественных процессов, возникновения новых форм общественных институтов. Общий вопрос социального познания — как соотносятся между собой реальный мир и мир, построенный (сконструированный) человеком, — становится здесь во главу угла. Можно соглашаться или не соглашаться с так называемой теоремой Томаса («Если ситуация определяется как реальная, она реальна по своим последствиям»), но нельзя не признать, что в ситуации социальных изменений единственным условием «выживания» человека является достаточная степень понимания им того, что происходит вокруг, более или менее адекватная его интерпретация.

В общетеоретическом плане это касается прежде всего изучения особенностей процесса *категоризации* социальных объектов, того, как он осуществляется рядовым субъектом, в частности в ситуации радикальных преобразований всех систем организации общества. При этом возникает ряд существенных трудностей, относящихся как к специфике самого процесса, так и к осуществлению его в условиях социальной нестабильности. <...>

Суть процесса социальной категоризации остается неизменной: предполагается, что рядовому человеку необходимо осуществлять распределение социальных событий и объектов по группам, предпринимаемое для систематизации его социального окружения и определения своего места в нем. Но при этом процесс осложняется недостаточной четкостью «границ» социальных категорий, их сложностью, зависимостью осуществления процесса категоризации от «заинтересованности» в нем субъекта и т.п. Для не искушенного в вопросах научного мышления человека (называемого в психологии социального познания «наивным психологом») процесс категоризации социальных объектов представляет поэтому значительно большую трудность, чем объектов физического мира. И вместе с тем осуществление этого процесса необходимо, ибо только на его основе может быть принято решение относительно дальнейшей стратегии поведения и действия.

Массовое сознание давно научилось обходиться с трудностями, возникшими на этой почве, разработав систему своеобразных «уловок». Одна из них была описана в теориях когнитивного соответствия в рамках концепции *психо-логики*. При этом подразумевается логика обычного человека, «серьезного, но не слишком блестящего мыслителя», рассуждающего по принципу: «я знаю, что это не так, но мне кажется, что это так, и хотя меня это смущает, но я продолжаю думать, что это именно так». Упрощенный вариант приведения «резонансов» подобного рода

имеет место и при категоризации, что приводит к весьма произвольному помещению объекта в ту и ли иную социальную категорию.

В психологии социального познания описаны конкретные средства такого «облегчения» когнитивного процесса. Важнейшим из них является использование *эвристик* набора сокращенных, произвольных правил, применяемых в обыденной жизни для высказывания суждения, для которого нет достаточной информации. Авторы называют это «упрощенным правилом принятия решения», не претендующего на получение знания, опирающегося на нормы логики, но зато обеспечивающего компромисс между рациональным и когнитивно «экономным» выводом. Употребление эвристик упрощает жизнь познающему субъекту, позволяет применять сокращенную стратегию, хотя очевидно, что характер полученного таким образом «знания» ограничен и крайне субъективен, а образ построенного мира выглядит весьма своеобразно.

Специфическое решение проблемы предложено в теории «социальных представлений» С. Московичи, где показано, как рядовой человек и реально существующие социальные группы вырабатывают свою систему представлений о действительности, опирающуюся на непосредственный жизненный опыт, обрывки сведений, почерпнутых из общения с непосредственным окружением и т.п. Созданное таким образом «социальное представление» не есть «знание» в точном значении этого слова, скорее суждение здравого смысла, которое тем не менее помогает индивиду как-то упорядочить и по-своему «понять» окружающий мир, категоризировать его проявления и построить его образ.

Все названные особенности категоризации социальных объектов проявляют себя с особой силой, когда процесс приходится осуществлять в условиях нестабильной ситуации, осложненной радикальными преобразованиями всей системы социальной жизни, когда изменяется сам облик объекта или явления. Задача может быть сформулирована так: как «нестабильный» объект поместить в «стабильную» категорию?

Кроме использования моделей эвристики возникает еще один соблазн, обозначенный А. Тэшфелом как «быстрая категоризация». Она характерна как раз для ситуации быстрых социальных изменений, когда человек вынужден принимать категориальные решения на основе недостаточно сложившегося и продуманного опыта. Изменения категорий «не успевают» за объективными изменениями объектов и событий. Но в некоторых обстоятельствах на определенном этапе такие быстрые решения действительно необходимы, когда важно установить хотя бы «краткие» различия (или сходства) между объектами или явлениями, а не исключения из правил. Но при этом важно понять, что это — «грубая настройка», и она не должна оставаться единственной. <...>

Важным моментом является и то, что существенным элементом социальной категоризации выступает и самокатегоризация индивида, «ис-

толкование» им себя в новой, изменившейся социальной ситуации. Иными словами, в данном случае встает проблема *социальной идентичности и социальной идентификации* человека в изменяющемся обществе. Теоретические подходы А. Тэшфела и Дж. Тернера диктуют некоторые принципы анализа этих процессов. В частности, это относится к утверждению о том, что человеку свойственно всегда поддерживать *позитивную* социальную идентичность, т.е. убежденность в том, что социальная группа, к которой он принадлежит, наделена определенными «положительными» чертами, «положительным» статусом в обществе. Но в ситуации радикальных преобразований «границы» групп и, следовательно, критерии их оценки не просто размываются, но постоянно изменяются, так же как и сама социальная структура общества, и вопрос о степени позитивности/негативности той или иной группы становится как минимум, дискуссионным.

Наконец, важным направлением анализа, несомненно, становится учет *эмоционально-мотивационной* переменной, включенной в построение рядовым человеком образа измененного мира, что также отличает данный подход от социологического. В психологии социального познания делается особый акцент на необходимость выявления специфической роли эмоций в этом процессе: рядовой человек организует свое поведение, опираясь не только на использование когнитивных схем, но в значительной мере на эмоциональное восприятие действительности. Наиболее радикальная позиция в этом вопросе состоит в утверждении, что эмоции могут быть интерпретированы в данном случае как особая форма *значения*, как специфическая *форма когниций*, даже как *более высокий* уровень познания, поскольку они помогают человеку не просто осваивать полученную информацию, но становиться «архитектором собственного социального окружения».

Как видно, ситуация социальных изменений ставит перед социальной психологией целый ряд специфических задач, касающихся прежде всего проблем изучения особенностей конструирования рядовым человеком образа изменяющегося социального мира.

3. Радикальные трансформации российского общества — вызов социальной психологии

Все это приобретает практический интерес в условиях современной России. Слом социальных стереотипов, изменение шкалы ценностей, кризис социальной идентичности — это те психологические реалии, которые в значительной степени «видоизменяют» образ социального мира, построенного рядовым человеком на протяжении предшествующего периода. Складывается ситуация, сходная с той, которая описана в этнопсихологии как ситуация «культурного шока», когда человек ока-

зывается как бы в новой, «чужой» стране, где привычные предметы, явления, события выглядят по-иному, как чужие и непривычные. Для рядового человека при осмыслении своего существования в ситуации радикальной ломки всех «устоев» привычного общества логично возникает своего рода «тоска» по стабильному миру и неизбежное противопоставление «старого» мира, стабильного и понятного, «новому» миру, нестабильному и непонятному.

Восприятие реального мира и его образ в такой ситуации могут еще более расходиться, что не может не сказаться на образцах поведения разных социальных групп. Разброс этих образцов обусловлен неоднозначностью того, с каким «построенным миром» человек соотносит свое поведение. Традиционный тезис психологии социального познания о том, что для функционирования какой-либо группы необходимо, чтобы ее члены разделяли некоторые представления о мире, согласовывали свои интерпретации этого мира, подвергается в данном случае большому испытанию. Поведение строится в соответствии с *одним* из этих «разделяемых» представлений, при том что оно не обязательно адекватно соотносится с тем реальным миром, в котором живет и функционирует группа. <...>

Возникшее ощущение утраты традиционных структур общественного контроля способствует тому, что различные группы в современном российском обществе начинают ориентироваться на свои представления о легитимности тех или иных поступков, хотя осуществляют их в обществе, где «легитимность» последних не признается. Это убедительно доказывают примеры поведения различных криминальных групп, когда именно криминальное поведение воспринимается как «естественное», «законное», в то время как правовые нормы общества отвергаются.

С другой стороны, та часть общества, которая оказалась готовой принять нововведения и поверила в осуществляемые социальные изменения, восприняла их как естественные и необходимые, на каком-то этапе убеждается в том, что они скорее пока даны в *представлениях* о новом устройстве мира, но приходят в противоречие с миром, *реально существующим*. Отсюда у этой части общества возможен спад социальной активности, разочарование в действенности реформ, а порой и формирование к ним негативного отношения.

<...>

Естественно, что такой диапазон позиций дает большой разброс образцов поведения, разную степень совпадения и расхождения реально-го мира и его образа.

Этим, в свою очередь, в значительной степени определяется и различное направление в *сдвиге* социальных ценностей, характерное для различных групп населения. В ряде исследований последних лет констатируется, например, несомненный сдвиг традиционных для советского периода коллективистских ценностей в направлении ценностей

«личностных», связанных с индивидуальным успехом, благополучием семьи и т.п. <...>

Если суммировать результаты ряда исследований, касающихся изучения разных сторон изменяющейся российской действительности и разных реакций на них различных групп населения, можно сделать вывод о том, что традиционным для большинства случаев является попытка *сохранить* стабильный образ социального мира, поскольку именно это является условием некоторого «облегчения» существования в сложных условиях повсеместных изменений. Вместе с тем очевидно, что такое облегчение существования является лишь *кажущимся*, поскольку оно продолжается все равно в измененном мире, и *столкновение* сконструированного по старым образцам образа мира и реальности рано или поздно станет неизбежным и это может обернуться для человека еще большей бедой. Не случайно довольно часто ситуация в обществе описывается как травматическая, а понятие «травма» легко переключивается из медицинского лексикона в социальный. <...>

Таким образом, соотношение нестабильного, изменяющегося мира с нестабильным, изменяющимся его образом выступает в качестве причины разнообразных моделей ответа человека на новую ситуацию. Радикальные социальные преобразования сами по себе болезненно сказываются на судьбах рядового человека, а их восприятие, осмысление, «познание», как видно, еще больше усугубляют трудности его существования.

Особый вопрос — *отношение* рядового человека к происходящим изменениям. Оно во многом зависит, с одной стороны, от некоторой традиции, сложившейся в общественном мнении, в определенных социальных группах, с другой — от поколения, оказавшегося в эпицентре реформ. Что касается традиции, то она была заложена еще в период существования СССР, т.е. относится к периоду, предшествующему реформам. Известно, что господствующая в стране идеология как бы санкционировала тезис о незыблемости, устойчивости социальной ситуации, что порождало позитивный образ стабильности общества. Этот образ был поддержан верой в безусловную разумность государства, мудрость руководящей партии и соответственно формированием негативного отношения к необходимости радикальных изменений существующего порядка. Поэтому начало реформ было встречено по-разному разными возрастными группами.

Для групп, сформировавшихся до начала реформ, они выглядели чем-то «нарушающим» естественный ход событий, пугающим своей необычностью и непредсказуемостью. Но когда изменения стали очевидными, перед массовым сознанием, естественно, встал вопрос об их оценке, о выработке к ним какого-то нового отношения. Что касается молодого поколения, то для него не стоял вопрос о сравнении «прошлой»

и «настоящей» жизни, поэтому отношение к преобразованиям носило иной характер. В нашем исследовании сравнительных ценностей русских и финских старшеклассников, проведенном в несколько этапов, было выявлено, что количество молодых людей, оценивающих ситуацию в России как «нестабильную», уменьшается в ходе преобразований и растет число тех, для кого существующая ситуация стабильна, поскольку иной они просто не знают.

В этой связи весьма характерно усиление интереса рядового человека к проблеме соотношения *прошлого, настоящего и будущего*. Сравнение осуществляется не только прошлого «стабильного» периода в жизни общества и современной «нестабильности», но и представлений о вариантах будущего соотношения этих двух характеристик в развитии общества. Такие непрофессиональные, обыденные прогнозы вплетены в повседневную жизнь человека, связаны с его потребностью как-то обозначить для себя по крайней мере ближайшие перспективы своего собственного и своей семьи существования, касающиеся карьеры, образования детей и пр. <...>

4. Профессиональные задачи социальной психологии в новой ситуации

Изменившаяся социальная реальность с особой остротой ставит вопрос о *собственных*, профессиональных задачах социальной психологии не только в области теоретического анализа проблемы восприятия социальных изменений, но и в области исследовательской практики. Можно выделить как минимум два аспекта в разработке данной проблемы. С одной стороны, это обозначение *принципиально* новых задач во взаимоотношениях науки и общества, с другой стороны, более *конкретные вопросы* поиска новых исследовательских приемов, равно как и новых областей исследования.

Что касается первой части проблемы, то необходимо найти ответ на достаточно старый вопрос о том, как вообще изменяется (и изменяется ли) характер взаимоотношений социальной психологии и общества в период его радикальных преобразований? Характерно, что некоторые принципы этих новых отношений обозначены в теоретическом плане в современных поисках мировой психологии. Так, в концепции *социального конструкционизма* К. Гургена одна из заявленных им новых задач социальной психологии формулируется как отказ от прогнозирования как краеугольного камня социально-психологической науки и переход к беспрецедентной ее роли «в качестве катализатора социальной восприимчивости и чувствительности». Такой поворот обусловлен как раз усложнением социального мира, в известном смысле — процессами его глобализации: человеку все более необходимо осмысление большего

круга проблем, сравнение их решения в разных типах обществ. Поэтому для профессиональной науки важно дополнить информирование человека относительно жизненно важных для него обстоятельств, что может изменить его поведенческие последствия, «поскольку расширяет диапазон альтернативных действий, приводя к модификации или постепенному исчезновению прежних поведенческих моделей». Такая рекомендация вполне пригодна для характеристики новой роли социальной психологии именно в *изменяющемся* мире.

<...> Так или иначе суть дела очевидна: человеку в ситуации радикальных социальных изменений необходимо справляться с новой ситуацией, научиться жить в ней, причем не просто приспособившись, но именно овладевая ею. Идея *совладания* становится при этом сквозной проблемой как практического существования человека, так и научного осмысления ее содержания. В последнем случае — это новый поворот традиционной для психологии проблемы *адаптации*, в частности акцент на *социальной* адаптации, ее специфики в условиях нестабильности. Такой акцент предлагает адекватное описание нового характера взаимодействия человека и среды, а именно — взаимодействия *измененного* человека и *измененной* среды, т.е. относительно новой идеи в парадигме социальной психологии.

Приведенные аргументы свидетельствуют в пользу обновления отношений социальной психологии и общества, причем на первый взгляд может показаться, что речь просто должна идти о большем удельном весе прикладных исследований. Однако при сохранении важности и этой задачи проблема не может быть ограничена только ее решением. В действительности умножение возможностей социальной психологии связано и с расширением спектра ее фундаментальных позиций, в частности с совершенствованием инструментария, а именно, поиском новых средств как *исследования*, так и *воздействия*.

Одним из направлений деятельности в первом случае можно считать все усиливающийся акцент на *качественные методы* исследования. <...> Немаловажным достоинством таких методов является то, что при их помощи удается более полно фиксировать *эмоциональное* отношение респондента к социальному объекту, в частности учитывать даже фактор *настроения*. Между тем известно, что последний играет огромную роль при построении образа социального мира.

В этой связи уместна дискуссия более общего плана — об использовании такого традиционного метода социальной психологии, как *опрос*. Как известно, он широко применяется как в исследованиях общественного мнения, которые сами по себе весьма популярны при изучении массового сознания в период социальных трансформаций, так и в социально-психологических исследованиях другого типа. При этом здесь встает ряд проблем принципиального плана. Одна из них заключается в

том, что всякий опросник, если даже он содержит открытые вопросы, предлагает респонденту некоторый *заданный* набор понятий, при помощи которых будет сформулирован ответ. Но это в значительной степени предопределяет контуры описания того или иного объекта восприятия, в том числе какого-либо социального явления, события, ценности. Можно предположить, что строго *субъективная* интерпретация социального мира при этом утрачивается. Поэтому при необходимости более тонко схватить эту субъективную интерпретацию меняющегося мира, когда сами параметры ее только формируются, целесообразно — естественно, наряду с традиционными опросами — прибегать и к разнообразным вариантам методик, обеспечивающим выявление более «качественной» характеристики отношения представителей разных групп к нестабильной ситуации.

Можно предположить, что «новую жизнь» в ситуации социальных изменений может приобрести метод *лонгитюдного* исследования. Фиксация *изменения* мнения, установки, ценностных ориентаций становится доступной именно при применении этого метода. <...> Особенно перспективным представляется использование данного метода при изучении поведения разных социальных *групп* в разных *сферах* деятельности. Подобно включению в исследование культурного контекста, сравнение поведения групп, в частности больших социальных групп, в том числе в различных сферах деятельности, также позволяет с большей наглядностью фиксировать восприятие изменений, происходящих в обществе, и их влияние на стратегии осуществляемых человеком выборов. <...>

Как видно, поиск новых стратегий социально-психологических исследований включает много направлений разработки инструментария. Не менее значимым является и поиск новых стратегий *воздействия*, иными словами, средств и методов *практической* социальной психологии, демонстрирующей свои возможности в измененном социальном контексте. Это и расширение *поля* работ, т.е. областей социальной практики, где могут быть приложены ее усилия, и умножение *типов* профессиональной работы. Несмотря на активное обсуждение этих проблем в литературе, целесообразно выделить несколько узловых пунктов, имеющих непосредственное отношение к обсуждаемой проблеме.

Прежде всего это вопрос о формах и способах *вмешательства* дисциплины в процессы общественной жизни и индивидуального существования человека в ситуации быстрых социальных изменений. В сегодняшней ситуации возникает, как никогда, широкий спектр предметов обсуждения, где эти изменения особенно очевидны: усиление роли СМК, возможности новых информационных технологий, изменившиеся типы управления в социальных организациях, новые формы правового пространства и межнациональных отношений, стратегии потребительского поведения в условиях рынка и пр.

Найти подходы к освоению новой социальной практики рядовым человеком для совладания с ней — первостепенная задача практической социальной психологии сегодня. Для этого нужна особенно тщательная рефлексия исследователей относительно того, что «может» и чего «не может» наша дисциплина с точки зрения помощи рядовому члену общества «вписаться» в новую реальность. Более пристальный анализ к различным формам консультирования и тренинга предполагает, на наш взгляд, еще один «виток» развития взаимоотношений фундаментальной науки и практических исследований.

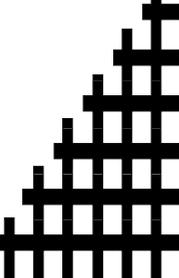
Речь не идет здесь о самих техниках тренинговой работы и консультирования: они достаточно развиты и зарекомендовали себя, изложены и описаны в многочисленных пособиях. Вопрос, на наш взгляд, состоит в том, каким образом в этих техниках может быть в большей мере учтен новый социальный контекст — нестабильная ситуация в обществе, «напор» на человека лавины социальных преобразований. В какой мере должен быть осведомлен консультант о специфике того образа социального мира, который построен клиентом и в какой мере эта специфика должна быть учтена при терапевтическом воздействии и главное — в какой мере клиент готов занять «субъектную» позицию относительно новой социальной реальности — вот «поле», на котором проявляется взаимодействие фундаментальных знаний и практических рекомендаций.

Сама проблема «рекомендаций», даваемых социальной психологией, также требует особого обсуждения, если учесть задачи, стоящие перед наукой в изменяющемся обществе. <Необходимо> некоторое расширение традиционной проблематики консультирования, может быть, определенный «сдвиг» с оказания помощи в области межличностных отношений в сторону помощи клиенту осознать себя в новом мире. Представляется, что таким образом социальная психология скорее ответит своей новой роли (продуцировать, по Гергену, новые образцы поведения), что и может привести к возрастанию социальной активности субъекта, освоению им навыков совладания с действительностью. Такое расширение «поля» *субъектности* индивида в ситуации изменяющегося социального мира включает в себя подлинно созидательную деятельность, которая, по определению, необходима рядовому члену общества в период резких социальных поворотов. <...>



Раздел II

**ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕНИЯ
И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**



Д. Майерс

СЛАГАЕМЫЕ УБЕЖДЕНИЯ¹

Кто излагает сообщение? Влияние «коммуникатора»

... Социальные психологи обнаружили, что большое значение имеет то обстоятельство, кто именно делает сообщение. В одном эксперименте, где лидеры социалистов и либералов отстаивали в голландском парламенте в одних и тех же словах идентичные позиции, каждый имел наибольший успех среди членов своей партии. Очевидно, здесь действовал не только прямой способ убеждения, но также сказалось влияние одного из периферийных признаков — кто высказал данное суждение. Но что именно делает того или иного «коммуникатора» более убедительным?

Кредитность

Каждый из нас сочтет утверждение о пользе каких-либо упражнений более кредитным, если оно исходит от Национальной академии наук, а не от редакции бульварного листка. Но эффект *кредитности* источника (компетентного и одновременно надежного) сохраняется лишь в течение примерно месяца. Если сообщение «кредитного» лица убедительно, его влияние может ослабевать по мере того, как источник забывается или больше не ассоциируется со своим сообщением. Влияние «некредитного» лица может соответственно *возрастать* со временем (если само сообщение запомнилось лучше, чем причина, по которой оно не было одобрено). Такой процесс убеждения с отложенным воздействием, когда люди забывают об источнике или о его связи с сообщением, называется «*эффектом спящего*».

Восприятие компетентности

Как человек становится «экспертом»? Один из простых способов — начать высказывать суждения, с которыми аудитория согласна, благодаря чему вы выглядите разумным. Другой — быть представленным в качестве человека, осведомленного в данном вопросе. Сообщение о зубных щетках, исходящее от «доктора Джеймса Рандла, члена Канадской стоматологической ассоциации», гораздо более убедительно, чем то же

¹ Майерс Д. Социальная психология // Д. Майерс. Социальная психология / Пер. с англ. СПб.: Питер, 2006. С. 293–319.

самое сообщение от «Джима Рандла, старшеклассника местной школы, который вместе с несколькими одноклассниками написал реферат на тему гигиены полости рта». После более чем десятилетних исследований употребления марихуаны старшеклассниками ученые из Мичиганского университета пришли к выводу, что в 1960-е и 1970-е гг. запугивающие сообщения из недостоверных источников не влияли на употребление наркотиков. С другой стороны, научные отчеты о биологических и психологических последствиях долговременного употребления марихуаны, исходящие из кредитных источников, «могут играть важную роль в снижении... употребления наркотиков».

Еще один способ завоевать доверие — говорить уверенно. Бонни Эриксон с коллегами предлагала студентам оценивать показания свидетелей, высказанные либо в прямой манере, столь характерной для «мужской речи», либо в несколько неуверенной манере, которая считается отличительной особенностью «женской речи». <...> Студенты сочли свидетеля, давшего прямой ответ, гораздо более компетентным и заслуживающим доверия.

Восприятие надежности «коммуникатора»

Стиль речи «коммуникатора» также влияет на то, воспринимается ли он как заслуживающий доверия. Гордон Хемсли и Энтони Дуб обнаружили, что, если на видеозаписи свидетель смотрит прямо в глаза, а не упирается взглядом в пол, его показания воспринимаются как сообщение, которому можно верить.

Доверие также выше, если аудитория уверена, что «коммуникатор» не пытается манипулировать ею. В экспериментальной версии того, что позднее стало излюбленным телевизионным приемом «скрытой камеры», Элейн Хэтфилд и Леон Фестингер давали нескольким студентам Станфордского университета подслушать беседу аспирантов (в действительности они слышали магнитофонную запись). Когда тема беседы затрагивала интересы тех, кто ее подслушивал (например, касалась правил в кампусе), большее влияние на них оказывал тот оратор, которого они считали ничем не подозревающим, а не тот, кого якобы предупредили о возможности подслушивания. В конце концов, если люди думают, что их никто не слышит, почему бы им не быть совершенно открытыми?

Как людей искренних воспринимают также тех, кто отстаивает что-либо, нарушая при этом свои личные интересы. Элис Игли, Венди Вуд и Шелли Чейкен знакомили студентов Массачусетского университета с речью, направленной против местной компании, загрязняющей реку. Когда говорилось, что автор речи — политический кандидат из числа бизнесменов или речь адресовалась к поддерживающим данную компанию, сообщение воспринималось как лишённое тенденциозности и убедитель-

ное. Когда та же самая речь против бизнесменов местной компании представлялась как обращенная к «зеленой» аудитории и произнесенная «зеленым» политиком, слушатели относили все аргументы политика на счет его личной предрасположенности или специфики аудитории. Готовность пострадать за свои убеждения, проявленная многими великими людьми, помогала им убедить окружающих в своей искренности.

Все эти эксперименты указывают на значение атрибуции — того, чем мы объясняем позицию «коммуникатора»: его пристрастиями и эгоистическими мотивами или приверженностью истине. Вуд и Игли сообщают, что, когда отстаивается *неожиданная* позиция, мы более склонны объяснять точку зрения ее защитников неопровержимостью самой истины и считать эту позицию убедительной. Доводы в пользу значительных компенсаций за нанесенный ущерб наиболее убедительны, когда выдвигаются скупцом типа Скруджа¹. Аргументы же в пользу незначительных сумм кажутся более убедительными, когда выдвигаются человеком, обычно щедрым на выплаты. <...>

Норман Миллер и его коллеги из университета Северной Калифорнии обнаружили, что ощущение правдивости и надежности возрастает, когда человек говорит быстро. Жители Лос-Анджелеса и его окрестностей, слушавшие записи речей на такую, например, тему, как «Опасность употребления кофе», оценивали тех, кто говорил быстро (около 190 слов в минуту), как более объективных, интеллигентных и эрудированных, чем тех, кто говорил медленно (около 110 слов в минуту). Они также сочли быстро произнесенные сообщения более убедительными.

Но делает ли более убедительным оратора, говорящего быстро, темп его речи сам по себе? Или причиной этого явления оказывается некое побочное качество, присущее быстрой речи, скажем повышенная интенсивность или тон? <...> Оказалось, что значимым фактором является именно темп речи. Когда рекламу ускоряли на 25%, слушатели понимали ее по-прежнему хорошо и оценивали говорящего как более осведомленного, интеллигентного и искреннего, а само сообщение сочли более интересным. Фактически нормальная скорость речи в 140 или 150 слов в минуту может быть почти удвоена, прежде чем начнет снижаться ее понимание слушателями. Джон Ф. Кеннеди, известный как исключительно эффективный оратор, иногда ускорялся до 300 слов в минуту. Для американцев (но не для корейцев) быстрая речь означает влияние и компетентность. Хотя быстрая речь не оставляет слушателю времени сделать благоприятные выводы, она также отсекает любые нежелательные мысли. <...>

В некоторых телевизионных рекламах очевидно стремление представить «коммуникатора» одновременно и компетентным, и заслужи-

¹ Персонаж Диккенса, олицетворение скарредности. — *Прим. перев.*

вающим доверия. Фармацевтические компании проталкивают на рынок свое обезболивающее средство, используя персонаж в белом халате, который уверенно заявляет, что большинство врачей рекомендуют к применению именно их препарат (а это, разумеется, всего лишь аспирин). Воспринимая эти косвенные намеки, люди, нестараящиеся проанализировать доказательства, могут рефлекторно сделать вывод о ценности товара. Однако в рекламных сообщениях другого типа принцип кредитности, по-видимому, не используется. <...>

Привлекательность

Большинство людей отрицают, что отзывы знаменитых спортсменов и артистов как-то воздействуют на них. Ведь каждый знает, что звезды редко разбираются в товарах. С другой стороны, мы ясно осознаем, что реклама преследует определенную цель — убедить нас. Этот вид рекламы основан на другом качестве эффективного «коммуникатора» — его привлекательности. Мы можем думать, что на нас не влияют привлекательность и обаяние, но исследователи обнаружили обратное. Привлекательность «коммуникатора» может обезоружить нас перед лицом его аргументов (прямой способ убеждения) или вызвать позитивные ассоциации, когда мы позднее наткнемся на рекламируемый товар (периферийный способ).

Привлекательность имеет несколько аспектов. Один из них — физическое обаяние. Аргументы, особенно эмоциональные, зачастую более действенны, когда высказываются красивыми людьми. Еще один аспект — подобие. < ... > Мы склонны симпатизировать людям, похожим на нас. К тому же они имеют на нас влияние. Для исследования этого аспекта Теодор Дембровски, Томас Ласатер и Альберт Рамирец давали афро-американским абитуриентам посмотреть видеозапись рекламы, призывающей к уходу за зубами. Когда дантист на следующий день проверил чистоту их зубов, выяснилось, что у тех, кто слушал запись афро-американского дантиста, полость рта оказалась чище. Как правило, люди лучше реагируют на сообщение, которое исходит от члена одной с ними социальной группы.

Что же важнее — подобие или кредитность? Иногда одно, иногда другое. <...> Такие внешне противоречивые результаты превращают ученого в детектива. Он предполагает, что действует невыявленный фактор — что подобие более значимо, когда действует фактор X, а кредитность более важна, когда действует не X. Но что есть X? Как обнаружили Джордж Геталс и Эрик Нельсон, оказывается, что все зависит от того, затрагивает ли тема сообщения субъективные предпочтения или объективную реальность. Когда выбор основывается на личных оценках, вкусах или стиле жизни, наибольшим влиянием пользуется тот, кто

похож на нас. Но когда речь идет о фактах — выпадает ли в Сиднее меньше осадков, чем в Лондоне, — подтверждение нашего мнения со стороны *непохожего* на нас человека порождает большую уверенность. Суждения непохожего человека более независимы.

Что излагается? Содержание сообщения

Важно не только то, кто говорит (косвенный намек), но и то, *что именно* он говорит. Если вы помогаете развернуть агитацию, призывающую голосовать за школьные налоги, или бросить курить, или внести деньги для помощи голодающим, то у вас могут возникнуть проблемы при составлении инструкций для прямого убеждения. Нужно призвать на помощь здравый смысл, чтобы ответить на каждый из следующих вопросов:

- Что будет более убедительным: тщательно обоснованное сообщение или же сообщение, возбуждающее определенные эмоции?
- Каким способом лучше удастся склонить мнение аудитории на свою сторону: защищая позицию, лишь слегка отличающуюся от уже сложившихся убеждений слушателей, или представляя крайнюю, экстремистскую точку зрения?
- Рассматривать ли в сообщении все вопросы только со своей собственной позиции или учитывать противоположные точки зрения и пытаться их опровергнуть?
- Если присутствуют представители обеих сторон — скажем, на дебатах во время городского митинга, — кто имеет преимущество: тот, кто выступает первым, или тот, кто выступает последним?

Рассмотрим эти вопросы по отдельности.

Рассудок против эмоции

Допустим, вы ведете кампанию в поддержку голодающих. Что лучше: изложить аргументы по пунктам и привести горы впечатляющей статистики? Или воспользоваться более эмоциональным подходом — скажем, рассказать убедительную историю про умирающего от голода ребенка? <...>

Ответ заключается в следующем: все зависит от аудитории. Люди высокообразованные или с аналитическим складом ума более восприимчивы к рациональным аргументам, чем люди менее образованные или менее аналитичные. Думающая, заинтересованная аудитория поддается прямому убеждению: она наиболее восприимчива к рассудочным аргументам. Невнимательная аудитория оказывается под воздействием косвенных намеков: больше всего на нас влияет то, нравится ли ей «коммуникатор».

Эффект хорошего настроения

Сообщения также становятся более убедительными, если они ассоциируются с позитивными чувствами. Ирвинг Джейнис с коллегами обнаружил, что сообщение более убедительно для студентов Йеля, если они читают его, лакомясь арахисом с пепси-колой. Аналогично Марк Галицио и Клайд Хендрик обнаружили, что для студентов Государственного университета Кента куплеты в стиле «фолк» звучат более убедительно под мягкий гитарный аккомпанемент, нежели без музыкального сопровождения. Те, кто любят проводить деловые встречи во время роскошного ленча с ненавязчивым музыкальным фоном, будут приветствовать такие результаты.

Хорошее настроение повышает убедительность — частично за счет того, что стимулирует позитивное мышление (когда требуется, чтобы аудитория рассуждала), а частично за счет ассоциативной связи, возникающей между хорошим настроением и предлагаемым сообщением. <...> Люди в хорошем настроении видят мир сквозь розовые очки. Они также принимают более поспешные, импульсивные решения, больше полагаются на косвенные намеки. В плохом настроении люди дольше колеблются перед принятием решения и менее восприимчивы к слабым аргументам. Таким образом, если ваши аргументы недостаточно сильны, разумнее будет привести аудиторию в хорошее настроение, в надежде, что она положительно отнесется к вашему сообщению, не слишком над ним задумываясь.

Эффект активации страха

Иногда сообщение может оказаться убедительным, если оно апеллирует к негативным эмоциям. Убедить людей бросить курить, чаще чистить зубы, сделать прививку от столбняка или осторожнее водить машину можно при помощи сообщений, возбуждающих страх. Показ курильщикам ужасных последствий, которые иногда ожидают тех, кто выкуривает слишком много сигарет, повышает убедительность. Но насколько сильно нужно напугать аудиторию? <...> Эксперименты Говарда Левенталя и его коллег из университета Висконсина, а также Рональда Роджерса и его коллег из университета Алабамы показали, что зачастую чем сильнее страх, тем более выраженной является реакция.

Эффективность возбуждающего страх сообщения применяется в рекламе, направленной против курения, вождения автомашины в пьяном виде и против рискованных сексуальных связей. В эксперименте врачи посылали письма своим курящим пациентам. Из тех, кто получил письмо, обращенное к позитивным эмоциям (объясняющее, что, бросив курить, они проживут дольше), попытались бросить курить 8%. Из тех же, кто получил письмо, возбуждающее страх (разъясняющее, что, продолжая курить, они умрут раньше), попытались бросить 30%. <...>

Однако игра на страхе не всегда способна сделать сообщение более действенным. Если вы не укажете аудитории, как избежать опасности, пугающее сообщение может просто ею не восприниматься. Пугающие сообщения более действенны, если вы не только пытаетесь убедить людей в опасности и вероятности нежелательных последствий (скажем, смерти от рака легких в результате курения), но и предлагаете эффективную стратегию защиты. Многие рекламные сообщения, нацеленные на уменьшение сексуального риска, помимо того, что они возбуждают страх («СПИД убивает»), предлагают также эффективную защитную стратегию: воздержание, использование презервативов или ограничение круга сексуального общения. <...>

Заболевания, которые легко представить зрительно, кажутся более реальной угрозой, чем болезни с трудноописываемыми симптомами. Эта маленькая тонкость помогает понять, почему предупреждения о вреде для здоровья, помещаемые, скажем, на рекламе сигарет, так не эффективны <...> и вряд ли пробивают брешь в визуальном воздействии самой рекламы. Но если сделать предупреждения такими же образными, как сама реклама — например с цветными фотографиями рака легких, — можно добиться повышения их эффективности для изменения установок и поведения. Особенно это верно, когда реклама привлекает внимание к убеждающему образу, а не отвлекает от него, как это иногда бывает при использовании сексуальных изображений. Когда речь заходит об убедительности, уместная и выразительная картинка действительно может заменить десятки тысяч слов.

Степень расхождения мнений

<...> Разногласия приводят к дискомфорту, а ощущение дискомфорта подталкивает человека изменить свое мнение. <...> Таким образом, чем больше расхождений, тем больше вероятность изменения первоначальной позиции. Но, с другой стороны, «коммуникатор» с неприятным сообщением может лишиться доверия. В одном исследовании обнаружилось, что телезрители, не согласные с заключением обозревателя, оценивали его как более пристрастного, неточного и не заслуживающего доверия. Сознание людей более открыто для выводов, лежащих в приемлемом для них диапазоне. Поэтому не исключено, что чем больше расхождение, тем *меньше* будет меняться исходная позиция.

Учитывая эти соображения, Элиот Аронсон, Джудит Тернер и Меррил Карлсмит сделали вывод, что только *кредитный* источник — тот, который трудно опровергнуть, — будет вызывать значительное изменение позиции в случае, когда защищается мнение, сильно отличающееся от мнения реципиента. Если испытуемым говорят, что сам Т. Элиот высоко оценил некую не понравившуюся им поэму, то вполне естествен-

но, что они в большей степени склонны изменить свое первоначальное мнение, нежели в том случае, когда им сообщают, что Элиот отзывался о ней весьма сдержанно. Если же эту средненькую поэму оценивала «Агнес Стерн, студентка Государственного педагогического колледжа Миссисипи», ее невысокая оценка была так же не убедительна, как и высокая. Таким образом, степень расхождения и кредитность источника взаимодействуют: влияние больших или, напротив, малых расхождений зависит от того, заслуживает ли «коммуникатор» доверия. <...> Если вы — кредитный источник и аудитория не очень заинтересована данной проблемой, вы смело можете высказывать самые крайние взгляды.

***Противостояние обращений: апеллирующие
к контраргументам и нет***

Передающие сообщение часто сталкиваются с еще одной практической проблемой: как быть с аргументами оппонентов? И в этом случае общие соображения не подсказывают однозначного ответа. Изложение контраргументов может смутить аудиторию и ослабить ваши позиции. С другой стороны, сообщение выглядит более честным и обезоруживающим, если признает аргументы оппонентов.

После поражения Германии во Второй мировой войне армейское руководство США не хотело, чтобы солдаты расслабились и думали, что продолжающаяся война с Японией будет легкой. Поэтому социальному психологу Карлу Ховланду и его коллегам из Армейского управления информации и образования удалось организовать две радиопередачи, в которых утверждалось, что война на Тихом океане продлится по крайней мере еще два года. Первая передача была односторонней: она не признавала существования контраргументов, таких как преимущества борьбы только с одним противником вместо двух. Другая передача была двусторонней; она упоминала контраргументы и возражала на них. <...> Эффективность сообщения зависела от слушателей. Одностороннее обсуждение оказалось наиболее эффективным для тех, кто уже и так был согласен с высказываемым мнением. Передача, рассматривавшая контраргументы, сильнее подействовала на тех, кто первоначально не был согласен.

Дальнейшие эксперименты выявили, что, если аудитория уже знакома (или ознакомится позже) с контраргументами, воздействие двустороннего сообщения сильнее и дольше сохраняется. <...> Очевидно, что одностороннее сообщение заставляет информированную аудиторию задуматься о контраргументах и считать «коммуникатора» пристрастным. Таким образом, для политического кандидата, обращающегося к информированной группе, действительно разумнее рассмотреть позицию своего оппонента. Итак, если ваша аудитория знакома или позже ознакомится с противоположными взглядами, сделайте свое сообщение двусторонним.

Первичность против вторичности

<...> Ваш первоначальный ход рассуждений основан на том, что общеизвестно, — на *«эффекте первичности»*: информация, поступившая первой, более убедительна. Первые впечатления, безусловно, *имеют* значение. Например, можете ли вы уловить разницу между такими двумя описаниями:

Джон — человек интеллектуальный, трудолюбивый, импульсивный, привередливый, упрямый и завистливый.

Джон — человек завистливый, упрямый, привередливый, импульсивный, трудолюбивый и интеллектуальный.

Когда Соломон Аш давал прочитать эти фразы студентам колледжа в Нью-Йорке, те из них, кто читали прилагательные в порядке от «интеллектуальный» до «завистливый», оценивали Джона более позитивно, чем те, кому достались описания с обратным порядком. Первоначальная информация, по-видимому, создала благоприятную почву для восприятия более поздней информации, при этом сработал эффект первичности. <...>

Означает ли это, что эффект первичности является основополагающим при убеждении, так же как и при вынесении суждений? Норман Миллер и Дональд Кэмпбелл предлагали студентам Северо-Западного университета читать краткий отчет о реальном судебном процессе. Они поместили показания свидетелей и аргументы прокурора в один том, а показания свидетелей защиты и ее доводы — в другой. Студенты читали оба тома. Неделей позже они высказывали свои мнения, причем большинство отдавало предпочтение той стороне, с материалами которой удалось ознакомиться в первую очередь. Используя отчет о реальном уголовном процессе, Гэри Уэллс с коллегами обнаружил аналогичный эффект первичности, варьируя время вводного слова защитника. Его заявления были более эффективны, если делались *до* показаний свидетелей обвинения.

А что с противоположной возможностью? Может ли тот факт, что сказанное последним лучше запоминается, вызвать когда-нибудь *«эффект вторичности»*? Из личного опыта (а также из экспериментов по запоминанию) мы знаем, что будничные сегодняшние события на время перевешивают значительные события недавнего прошлого. Для проверки этого обстоятельства Миллер и Кэмпбелл предложили другой группе студентов прочитать по одному из томов отчета. Неделей позже исследователи давали каждому возможность прочесть оставшийся том и просили испытуемых сразу же сформулировать свое мнение. Теперь результат оказался прямо противоположным — проявился эффект вторичности. Очевидно, первый том судебных материалов за неделю в значительной степени выветрился из памяти. Забывание создает эффект вто-

ричности в тех случаях: 1) когда два сообщения разделяет достаточно длительное время и 2) когда аудитория принимает решение вскоре после второго сообщения. Если оба сообщения следуют одно за другим, а потом проходит какое-то время, обычно имеет место эффект первичности. <...>

Как передается сообщение? Канал коммуникации

Активно пережитое или пассивно воспринятое

<...> Мы отмечали, что наши действия определяют то, кем мы станем. Действуя, мы подкрепляем идею, стоящую за нашими поступками, особенно если ощущаем ответственность. Мы также отметили, что наши установки — исходящие из личного опыта, а не усвоенные из вторых рук — более устойчивы и сильнее влияют на наше поведение. По сравнению с пассивно сформировавшимися установки, основанные на опыте, более жестки, стабильны и в меньшей степени подвержены изменениям при атаках на них.

<...> Поскольку пассивно усвоенные лозунги иногда эффективны, а иногда нет, можем ли мы заранее предсказать, какой пропагандистский лозунг окажется успешным? Существует простое правило: убедительность *снижается* при *повышении* важности проблемы и степени знакомства с нею. В незначительных вопросах, таких, например, как выбор между разновидностями аспирина, власть средств массовой коммуникации демонстрируется легко. В тех же случаях, когда обсуждаются более актуальные и важные вопросы, такие как расовые установки в городах с острыми расовыми проблемами, пытаться убедить в чем-то людей — примерно то же самое, что толкать роуля в гору.

Противостояние: личное влияние — воздействие средств массовой коммуникации

Исследования убедительности показывают, что наибольшее влияние на нас оказывает не опосредованная информация, а личный контакт с людьми. Два полевых эксперимента демонстрируют силу личного влияния. Несколько десятилетий назад Сэмюел Элдерсвелд и Ричард Додж изучали политические средства убеждения в Анн-Арборе, Мичиган. Они разделили горожан, не собиравшихся голосовать за пересмотр городской хартии, на три группы. Из числа тех, кто не подвергался какой-либо иной пропаганде, кроме обычного воздействия средств массовой коммуникации, в день выборов за ревизию хартии проголосовали 19%. Во второй группе, представители которой получили по 4 письма в поддержку ревизии, за нее проголосовали 45%. Горожан из третьей груп-

пы навешали лично и уговаривали в прямом общении; из них 75% отдали свои голоса за пересмотр хартии.

<...>Хотя персональное влияние обычно сильнее воздействия средств массовой коммуникации, не следует недооценивать силу последних. Те, кто лично влияет на наши мнения, сами должны где-то почерпнуть свои взгляды, и зачастую таким источником оказываются как раз средства массовой коммуникации. Элиху Катц отмечает, что по большей части воздействие средств массовой коммуникации происходит в «двухступенчатом коммуникационном потоке»: от этих средств — к местному «властителю дум», а от него — к рядовым согражданам. Если я хочу прицениться к компьютерному оборудованию, я интересуюсь мнением своего сына, знания которого почерпнуты в основном из печатных материалов.

Разумеется, двухступенчатый поток представляет собой лишь упрощенную модель. Существует также прямая коммуникация средств передачи информации с массовой аудиторией. Но данная модель напоминает нам о том, что влияние массмедиа на культуру порой осуществляется подспудно. Даже если прямое воздействие средств массовой коммуникации на установки людей невелико, эти средства способны вызывать значительный косвенный эффект. Те редкие дети, которые не смотрят телевизор, не избегают его влияния. Если только они не живут отшельниками, то непременно участвуют в навеянных телевидением играх на школьной площадке. Они будут просить своих родителей купить им такие же разрекламированные телевидением игрушки, какие есть у их приятелей. Они станут просить или требовать позволить им посмотреть любимые программы их друзей. Родители могут просто запретить им все это, но они не могут «выключить» влияние телевидения. Сваливание в одну кучу всех средств массовой коммуникации, от рекламы по почте до телевидения, также является упрощением. Сравнительные исследования выявили, что чем образнее подача информации, тем убедительнее предлагаемые сообщения. В порядке убывания убедительности различные способы подачи информации следует, вероятно, располагать следующим образом: жизнь, видеозапись, аудиозапись, печать. Во избежание упрощения следует учитывать, что печатные сообщения обеспечивают наилучшую *включенность* и *запоминание*. Включенность является одним из первых шагов в процессе убеждения. Шелли Чайкен и Элис Игли пришли к выводу, что в случае трудных для понимания сообщений убедительность действительно оказывается наибольшей, если сообщение напечатано. Они давали студентам университета Массачусетса легкие и трудные сообщения в напечатанном виде, в видео- и аудиозаписи. Результаты эксперимента: трудные сообщения действительно были наиболее убедительны в печатном виде, а легкие — в видеозаписи. <...>

Кому адресовано сообщение? Аудитория

<...> Черты характера человека не всегда помогают предсказать его реакцию на социальные влияния. Каждое конкретное качество может ускорить один из шагов в процессе убеждения, но помешать другим.

Возьмем, например, самооценку. Люди с низкой самооценкой зачастую слишком медленно понимают сообщение и поэтому плохо поддаются убеждению. Люди с высокой самооценкой понимают все быстро, однако предпочитают придерживаться своих взглядов; итак, сама по себе самооценка не позволяет прямо предсказать результат процесса убеждения. Вывод: легче всего влиять на людей с умеренной самооценкой.

Рассмотрим еще две характеристики тех, кому адресовано сообщение: их возраст и их склонность к размышлениям.

Сколько им лет

На сегодняшний день наблюдается тенденция к дифференциации социальных и политических установок в зависимости от возраста. Она имеет два объяснения. Первое — «объяснение жизненным циклом»: с возрастом установки меняются (например, становятся консервативнее). Другое — «объяснение сменой поколений»: установки пожилых людей, усвоенные ими в юности, в основном не изменяются; разрыв между поколениями возникает из-за отличия старых установок от тех, которые усваиваются нынешней молодежью.

Объяснение сменой поколений имеет больше доказательств. При опросах и повторных опросах групп молодых и пожилых людей за последние несколько лет установки у пожилых обычно менялись меньше, чем у молодых. Как утверждает Дэвид Сирз, «исследователи почти неизменно обнаруживали эффект смены поколений, а не эффект жизненного цикла».

Оказывается, дело не в том, что старики не так гибки; большинство сегодняшних пятидесяти- и шестидесятилетних имеют более либеральные сексуальные и расовые установки, чем те, что были у них на четвертом и пятом десятке. Суть в том, что в течение второго десятилетия человеческой жизни и в начале третьего происходит интенсивное формирование личности, и установки, возникшие в этот период, имеют тенденцию оставаться неизменными. Людям, у которых эта тенденция выражена сильнее, можно посоветовать впоследствии сознательно выбирать свое социальное окружение — группу, средства коммуникации и социальные роли.

Поразительный пример: в конце 1930-х и начале 1940-х гг. студентки Беннигтон-колледжа в Вермонте — женщины из привилегированных, консервативных семей — попали в среду свободомыслия, созданную

молодыми преподавателями-либералами. Один из них, социальный психолог Теодор Ньюком, позднее отрицал, что преподавательский состав стремился воспитать своих студенток в духе либерализма. Тем не менее им это удалось. Студентки стали намного либеральнее, чем это было принято в той социальной среде, из которой они происходили. Более того, сформировавшиеся в Беннигтоне установки оказались стабильными. Через полстолетия женщины Беннигтона, уже семидесятилетние, на президентских выборах 1984 г. голосовали за демократов в отношении 3:1, в то время как другие их сверстницы, окончившие колледжи, в отношении 3:1 голосовали за республиканцев. Взгляды, усвоенные в незабываемые годы юности, не смог заслонить даже богатый опыт всей последующей жизни.

Формирующая сила опыта, приобретенного в юности и в начале взросления, частично объясняется тем, что он связан с более глубокими и устойчивыми впечатлениями. Когда Говард Шуман и Жаклин Скотт просили различных людей назвать одно-два наиболее существенных события в жизни страны или мира за последние полстолетия, большинство из них называли события, случившиеся в те годы, когда им было меньше двадцати или двадцать с небольшим лет. Для тех, кто пережил Великую депрессию или Вторую мировую войну в возрасте от 16 до 24 лет, эти события заслоняли движение за гражданские права и убийство Кеннеди в начале 1960-х гг., войну во Вьетнаме и высадку на Луну в конце 1960-х, феминистское движение в 1970-х — события, которые, в свою очередь, произвели наибольшее впечатление на тех, кто пережил их в возрасте от 16 до 24 лет. <...>

О чем они думают

При прямом способе убеждения решающим является не само по себе содержание сообщения, а реакция, которую оно вызывает в умах людей. Наш рассудок мало похож на губку, впитывающую все, что на нее выльют. Если сообщение вызывает подходящие для нас мысли, оно убеждает нас. Если же оно заставляет задуматься о контраргументах, мы остаемся при прежнем мнении.

Кто предупрежден, тот вооружен — если вы достаточно заинтересованы, чтобы спорить

При каких обстоятельствах мы стараемся выдвинуть контраргументы? Одно из таких обстоятельств — наше предположение, что кто-то пытается повлиять на нас. Если вы намерены сообщить своим родным, что хотите бросить учебу, то, вероятно, готовы к тому, что они попыта-

ются переубедить вас. Следовательно, вы заранее можете составить список контраргументов, которые будете выдвигать против каждого предполагаемого аргумента ваших оппонентов. <...>

Тайная атака на навязываемые установки особенно успешна, когда приходится иметь дело с заинтересованной аудиторией. Получив предупреждение за несколько минут до сообщения, такая аудитория готовится к защите. Но если тема расценивается как тривиальная, даже грубая пропаганда может оказаться эффективной. Станете ли вы беспокоиться и выдвигать контраргументы из-за двух разных марок зубной пасты? <...>

Отвлечение внимания разоружает

Убедительность вербального сообщения возрастает также в том случае, если удастся каким-либо образом отвлечь внимание аудитории настолько, чтобы подавить возможные возражения. В политической рекламе часто используется этот метод. Слова рекламы расхваливают кандидата, а зрительный образ занимает нас настолько, что мы не анализируем смысл сообщения. Отвлечение внимания особенно эффективно в случае простых сообщений.

Указанная тенденция увеличения убедительности при уменьшении возможности для возражений наводит на мысль: не потому ли быстроговорящие ораторы более убедительны, что они оставляют нам меньше времени на возражения? Не потому ли легкие для понимания сообщения менее убедительны в письменном виде, что читатель может сам выбирать темп чтения и останавливаться для возможных возражений? И не формирует ли телевидение важнейшие установки по большей части с помощью тонких намеков или скрытых утверждений (например, касающихся гендерных ролей), а не с помощью явной пропаганды? В конце концов, если мы не замечаем сообщения, то не можем на него возразить.

Незаинтересованная аудитория использует косвенные намеки

Снова вспомним два способа убеждения: прямой, с помощью систематического мышления, и периферический, с использованием эвристических намеков. Подобно тому как, проезжая через город, мы останавливаемся у всех светофоров, прямой способ предполагает остановки, во время которых наш разум анализирует предложенные аргументы и формулирует ответы. Если же мы пользуемся объездной дорогой вокруг города, мы быстро движемся к месту назначения — аналогично работает косвенный способ. Понятно, что люди с аналитическим складом

ума — с «высокой когнитивной потребностью» — предпочитают прямой способ. А те, кто обладают образным мышлением, кого больше заботит не то, правы они или нет, а то, какое впечатление они производят, быстрее реагируют на такие косвенные намеки, как привлекательность «коммуникатора» или комфортная обстановка. <...>

То, какие именно мысли возникают у нас в ответ на сообщение, является решающим, *если* у нас есть мотивация и способность обдумывать тему данного сообщения. Эта простая в своей основе теория помогает понять некоторые результаты. Например, мы охотнее верим «коммуникатору»-эксперту — потому что, когда мы доверяем источнику, мы более благожелательны и менее склонны подыскивать контраргументы. Если же мы не доверяем источнику, мы более склонны защищать наши предварительные концепции, отрицая «неудобное» сообщение.

Эта теория позволяет также сделать множество предсказаний, большая часть которых подтверждается данными Петти, Качоппо и других. В ряде экспериментов исследовались способы стимулирования мыслительных процессов. При этом использовались следующие методы: *риторические вопросы*, *ряды «коммуникаторов»* (например, последовательно выступали три оратора, каждый из которых приводил по одному аргументу, вместо одного, который приводил бы все три аргумента), при помощи специальных приемов людей заставляли почувствовать *ответственность* за их оценку сообщения или невнимание к нему; кроме того, оратором использовались *непринужденные*, а не напряженные *позы*, многократные *повторения* одного и того же сообщения и методы привлечения *нерассеянного внимания* аудитории. Постоянный результат применения всех этих способов оказался следующим: стимуляция мышления делала сильное сообщение более убедительным, а слабое (из-за контраргументации) — менее убедительным.

Эта теория имеет и практические применения. Эффективные «коммуникаторы» заботятся не только о своем имидже и своих сообщениях, но также и о том, каким образом склонна реагировать их аудитория. То, как она будет реагировать, зависит не только от ее интереса к теме, но и от диспозиций слушателей — аналитических наклонностей, толерантности к неопределенности, от их потребности сохранить верность самим себе.<...>

Резюме

Как сделать процесс убеждения эффективным? Исследователи изучили четыре фактора этого процесса: «коммуникатор», само сообщение, канал передачи информации, аудитория. Кредитный «коммуникатор» воспринимается как заслуживающий доверия эксперт. Люди, говорящие прямо, быстро и глядя слушателям в глаза, кажутся более «кредитными». То

же самое можно сказать о людях, высказывающихся наперекор своим личным интересам. Привлекательный «коммуникатор» эффективен в вопросах вкусов и личных предпочтений.

Ассоциативное связывание сообщения с хорошим настроением, которое появляется во время еды, питья или приятной музыки, делает его более убедительным. В хорошем настроении люди часто склонны к быстрым, менее рефлексивным суждениям. Некоторые возбуждающие страх сообщения также могут быть эффективны, по-видимому, из-за того, что они образны и хорошо запоминаются.

То, до какой степени сообщение может противоречить уже сложившемуся у аудитории мнению, зависит от «кредитности» «коммуникатора». А будет ли сообщение более убедительным в том случае, если оно описывает только одну позицию, или, скорее, в том, когда оно упоминает также и противоположную, зависит, наоборот, от слушателей. Если аудитория уже заранее согласна с сообщением, не знакома с контраргументами и вряд ли будет позднее рассматривать противоположную точку зрения, наиболее эффективна односторонняя аргументация. Если же приходится иметь дело с более искушенной аудиторией или с теми, кто не согласен с сообщением, более эффективной оказывается двусторонняя аргументация.

Если представлены две противоположные точки зрения, какая из сторон будет иметь преимущество — выступающая первой или второй? Обычно проявляется эффект первичности: информация, переданная раньше, более убедительна. Тем не менее, если выступления разделяет временной интервал, воздействие более ранней информации уменьшается; если решение принимается сразу же после заслушивания второй стороны (информация которой поэтому в этот момент лучше сохраняется в памяти аудитории), то, вероятно, проявится эффект вторичности.

Еще одно важное обстоятельство — *как именно* передается сообщение. Не являясь столь же существенным, как влияние других людей при личном контакте, воздействие средств массовой коммуникации может оказаться эффективным в случае тем незначительных (например, какую марку аспирина покупать) или незнакомых аудитории (например, если речь идет о выборе между двумя ранее неизвестными политическими кандидатами).

И наконец, многое зависит от того, *кто* получает данное сообщение. О чем думает аудитория, воспринимая сообщение? Согласна ли она с ним? Или, напротив, подыскивает контраргументы? Предупреждение о том, что сейчас последует спорное сообщение, стимулирует контраргументацию и снижает убедительность; отвлечение внимания при спорном сообщении, напротив, повышает убедительность, препятствуя контраргументации. Кроме того, имеет значение и возраст аудитории. Исследователи, проводившие различные опросы и затем через какое-то время повторявшие их, обнаружили, что установки молодых людей менее стабильны.

Н. Н. Богомолова

СОВРЕМЕННЫЕ КОГНИТИВНЫЕ МОДЕЛИ УБЕЖДАЮЩЕЙ КОММУНИКАЦИИ¹

<...>

Исследования убеждающей коммуникации (риторики) насчитывают многовековую историю. Однако предметом систематических исследований в социальной психологии она стала лишь в 50-е гг. нашего столетия. Родоначальником этих исследований справедливо считается американский социальный психолог Карл Ховланд (1912–1961), глава широко известной Йельской школы «убеждающей коммуникации», или «экспериментальной риторики». В исследованиях этой школы была предпринята попытка выявить социально-психологические факторы убеждающей коммуникации как бы в чистом виде с помощью, главным образом, *лабораторных экспериментов*. Именно поэтому исследования Йельской школы выступают и под названием «экспериментальной риторики». Ховланд и его коллеги в исследовательском отделе «Убеждающая коммуникация и изменение социальных установок» Йельского университета исповедовали необихевиоризм и поэтому рассматривали изменения социальных установок реципиентов под воздействием убеждающего сообщения как частный случай научения.<...> Под влиянием Йельской школы исследования убеждающей коммуникации и изменения социальных установок приобрели огромную популярность, особенно в 50–60-е гг.

Однако в 70-е гг. интерес к исследованиям Йельской школы с ее необихевиористским подходом стал снижаться. На это, безусловно, повлияла безвременная кончина Ховланда в 1961 г., в возрасте 49 лет, когда он был на вершине своей научной славы. Но главная причина, по всей видимости, заключается в том, что в 70-е гг. главный интерес социальных психологов стал все больше смещаться к когнитивным процессам. Когнитивная ориентация стала приходить на смену доминировавшему долгие годы бихевиоризму.

В 80-е гг. появился ряд новых подходов к исследованию процессов восприятия убеждающих сообщений. Весьма популярными среди них стали модели Ринарда Петти и Джона Качоппо, а также модель Шелли Чейкин. Главное внимание в этих моделях обращается на глубину переработки содержания убеждающего сообщения. Эти модели во многом близки по содержанию, появились почти в одно и то же время незави-

¹ Богомолова Н. Н. Современные когнитивные модели убеждающей коммуникации // Мир психологии. 1999. № 3. С. 46–51.

симо друг от друга. У них разные названия, и они имеют свои специфические особенности. Рассмотрим каждую из этих моделей в отдельности.

«Вероятностная модель переработки информации» Ричарда Петти и Джона Качоппо. Такое название указывает на то, что, по мнению авторов, при восприятии убеждающего сообщения есть вероятность, что переработка реципиентом содержания этого сообщения может пойти двумя различными способами: глубоким или поверхностным. Авторы обозначили их как *центральный* и *периферийный* путь переработки информации. Значение выбора реципиентом того или иного пути определяется, по мнению Петти и Качоппо, тем, что от этого в большой мере зависит устойчивость изменения социальных установок реципиента, а следовательно, и долговременность воздействия убеждающего сообщения. *Центральный путь* предполагает глубокую переработку информации, стремление реципиента тщательно обдумать содержание убеждающего сообщения, логику аргументов, качество самого сообщения, его подтекст.

Периферийный путь в противоположность центральному предполагает поверхностную переработку информации. Реципиент в этом случае не стремится глубоко вникнуть в содержание убеждающего сообщения, в приводящиеся аргументы, а сосредоточивает свое внимание главным образом на сопутствующих, как бы периферийных фактах убеждающей коммуникации, например таких, как отдельные характеристики коммуникатора, особенности коммуникативной ситуации и т.п.

Петти и Качоппо выделяют 3 группы факторов, которые влияют на выбор реципиентом того или иного пути переработки убеждающего сообщения. Это его мотивация, когнитивные способности и потребности, а также характеристики самого сообщения.

Мотивация. Мотивационный фактор признается одним из самых важных. Глубокая переработка информации по центральному пути предполагает сложную когнитивную работу, поэтому центральный путь склонны выбирать реципиенты, для которых содержание убеждающего сообщения весьма значимо, и, следовательно, у них высока мотивация заняться углубленной переработкой содержания убеждающего сообщения. В этом случае наиболее убеждающим является хорошо составленное и веско аргументированное сообщение. Так, в экспериментах Петти и его коллег предложенное студентам убеждающее сообщение о необходимости повысить плату за обучение в их колледже (высокая мотивация) наибольшее воздействие оказало логичное хорошо аргументированное сообщение. Следовательно, из-за высокой значимости сообщения реципиенты использовали центральный путь его переработки. Когда же студентам предлагалось сообщение о необходимости повысить плату за обучение в *другом* колледже (низкая мотивация), они обращали

основное внимание не на содержание сообщения, а на привлекательность коммуникатора, авторитетность источника и т.п. Иначе говоря, когда сообщение не затрагивало непосредственных интересов испытуемых, они выбирали периферийный путь переработки информации.

Когнитивные способности и потребности реципиентов, их осведомленность в проблеме. Даже при высокой мотивации, когда содержание сообщения весьма значимо для реципиентов, они не всегда в состоянии его тщательно анализировать. Чаще всего это происходит, когда они по тем или иным причинам (неосведомленность в проблеме, низкие когнитивные способности и т.д.) просто не в состоянии понять смысл сообщения. В этом случае высока вероятность использования ими периферийного пути. Так, например, во время президентских выборов избирателями с низким уровнем образования достаточно трудно бывает разобраться в содержании программы кандидата, поэтому при решении за кого голосовать, они главное внимание обращают на привлекательность претендента.

В одном из своих исследований Петти и Качоппо предлагали хорошо и плохо разбирающимся в проблеме респондентам сильные и слабые аргументы, исходящие от авторитетного и неавторитетного источника. Результаты исследования показали, что более осведомленные в проблеме люди учитывают прежде всего силу аргументов (центральный путь), а малоосведомленные обращают главное внимание на авторитетного источника, т.е. выбирают периферийный путь.

Авторы «Вероятностной модели переработки информации» используют понятие «когнитивные потребности» (*needs for cognition*). Они считают, что люди различаются по склонности либо тщательно анализировать поступающую информацию, либо уклоняться от этого. Они предположили, что люди, имеющие более высокий уровень когнитивных потребностей, более склонны к анализу убеждающих сообщений и соответственно к использованию центрального пути переработки информации. <...>

Для проверки этого предположения Качоппо, Петти, Као и Родригес провели исследование, направленное на выявление уровня когнитивных потребностей группы избирателей. Это исследование состоялось за 2 месяца до президентских выборов в США в 1984 г. Респондентов опросили по шкале когнитивных потребностей, а также просили указать, за кого они собираются голосовать. После выборов этих же избирателей просили ответить, за кого они действительно проголосовали. Результаты исследования показали, что респонденты, обладающие высоким уровнем когнитивных потребностей, были больше склонны анализировать проблему по существу, т.е. выбрали центральный путь переработки информации. Кроме того, обнаружилось, что они голосовали за того кандидата, за которого и собирались. Это, по мнению Петти и

Качоппо, может свидетельствовать о высоком уровне соответствия социальных установок и реального поведения у людей, обладающих высоким уровнем когнитивных потребностей. Следовательно, результаты проведенного исследования подтверждают общие положения «Вероятностной модели переработки информации» Петти и Качоппо о том, что, когда индивид предрасположен к тщательной переработке информации, он выбирает центральный путь, который приводит не только к устойчивости сформировавшихся социальных установок, но и к высокому уровню соответствия этих установок последующему поведению.

Характеристики сообщения. В модели Петти и Качоппо большое значение придается характеристикам убеждающего сообщения. При выборе реципиентом центрального пути сообщение должно обладать логичным построением и вескими аргументами, поскольку только в этом случае оно может оказать убеждающее воздействие. При выборе периферийного пути переработки информации логика и аргументы не будут иметь значения для человека недостаточно мотивированного или способного для выбора центрального пути, поэтому его основное внимание обращено на периферийные характеристики (авторитетность источника, привлекательность коммуникатора, интенсивность сообщения и т.п.).

Итак, основной вывод, который следует из исследований по модели Петти—Качоппо заключается в том, что оба пути переработки убеждающей коммуникации могут вызвать изменения сознательных установок, но устойчивость этих изменений, а также их соответствие последующему поведению будет гораздо большей при использовании центрального пути, поскольку их основой являются затраченные реципиентом усилия на продумывание содержания сообщения. При использовании периферийного пути, когда изменение социальных установок основывается лишь на периферийных факторах, устойчивость изменения социальных установок обычно невелика. <...>

Эвристико-систематическая модель Шелли Чейкин

Данная модель, разработанная Ш. Чейкин и ее коллегами, появилась тоже в 80-е гг. Она во многом похожа на модель Петти—Качоппо. В ней также делается главный акцент на глубину переработки убеждающей коммуникации и также предусматриваются два различных пути ее переработки. Однако модель Чейкин исходит из несколько иных предпосылок.

Главная идея модели Чейкин заключается в том, что люди стремятся иметь социальные установки, соответствующие реальности. Для достижения этого реципиенты могут перерабатывать убеждающую коммуникацию либо систематическим путем (похожим на центральный путь из Петти—Качоппо), либо эвристическим (схожим с периферийным путем).

Систематический подход по Чейкин предполагает активную переработку убеждающего сообщения для выяснения истинности социальных установок, за которые ратует это сообщение, тщательный анализ предлагаемых аргументов. Это сложная когнитивная работа, и поэтому она требует соответствующей мотивации и когнитивных способностей реципиентов.

Эвристический путь требует гораздо меньших когнитивных усилий со стороны реципиента. Работа с информацией происходит не на основе анализа аргументов, а на основе использования эвристик, под которыми в социальном познании понимается способ «оценивать информацию на основе готовых суждений, которые имеются в нашей памяти и легче всего приходят на ум при формировании оценки». Как правило, это разного рода стереотипные суждения («эксперты всегда дадут хорошие советы» и т.п.), имплицитные теории личности, имеющиеся у реципиента, доверие к мнению большинства и т.п.

Эвристический путь переработки информации обычно выбирают люди слабомотивированные и с низким уровнем когнитивных способностей. Иначе говоря, использование эвристического пути является спонтанным и автоматическим ответом на убеждающее сообщение.

В отличие от Петти и Качоппо Чейкен и ее коллеги считают, что оба процесса переработки информации, систематический и эвристический, могут протекать одновременно. При этом в условиях непротиворечивой (конгруэнтной) информации проявляется эффект «дополнительности» (*additivity*), когда оба способа обработки информации действуют в одном направлении и как бы дополняют друг друга. Так, в исследованиях Чейкин и ее коллег для оценки определенного товара вначале сообщалось мнение большинства покупателей о нем, а потом давались объективные характеристики товара. Когда ожидания респондентов, сформировавшиеся в первом случае эвристическим путем подтверждались содержательной информацией об объективных характеристиках товара, то было зафиксировано использование респондентами как эвристического, так и систематического пути переработки информации.

В условиях противоречивой (неконгруэнтной) информации Игли и Чейкин обнаружили эффект «угасания» (*attenuation*), когда один из способов переработки информации становится доминирующим, а другой как бы угасал.

При этом когда испытуемыми были представители западной индивидуалистической культуры, то главное внимание обращалось ими на информацию об объективных характеристиках товара и доминирующим становился систематический путь переработки убеждающего сообщения, а эвристический путь как бы «угасал».

Что касается испытуемых — представителей восточной коллективистической культуры, то, как показало исследование Аакера и Махесва-

рана, наиболее важной для испытуемых оказалась информация о мнении большинства покупателей. Здесь явно преобладал эвристический путь переработки информации, а систематический как бы «угасал».

Итак, обе рассмотренные когнитивные модели убеждающей коммуникации Петти и Качоппо, а также Чейкен делают главный акцент на глубине переработки убеждающей коммуникации. Обе модели выделяют два различных пути переработки убеждающего сообщения: глубокий и поверхностный. Глубокий («центральный» у Петти и Качоппо, «систематический» у Чейкен) предполагает тщательный анализ реципиентом содержания убеждающего сообщения. Поверхностный («периферийный» у Петти и Качоппо и «эвристический» у Чейкен) предполагает, что для респондента главными становятся сопутствующие факторы убеждающей коммуникации. В модели Петти и Качоппо это внешние, сопутствующие моменты процесса убеждения (привлекательность коммуникатора, авторитетность источника и т.п.), а в модели Чейкен главную роль играют эвристики, т.е. внутренние когнитивные образования, которые быстрее всего актуализируются в ситуации убеждающей коммуникации (стереотипные суждения, имеющиеся у реципиента социальные установки, его имплицитные теории личности и т.п.).

Как в модели Петти и Качоппо, так и в модели Чейкен отмечается, что оба способа переработки убеждающего сообщения, глубокий и поверхностный, способны вызвать соответствующие изменения социальных установок реципиента, однако при использовании глубокого способа формируются более прочные социальные установки, а при использовании поверхностного они обычно недолговечны.

В обеих моделях выделяются схожие факторы, влияющие на выбор реципиентом соответствующего способа переработки убеждающей коммуникации: это мотивация реципиента, вовлеченность в проблему, его когнитивные способности и потребности, а также ситуативная обстановка.

Как видно из вышеизложенного, модели Петти и Качоппо, а также Чейкен как бы дополняют друг друга. Можно также констатировать, что они дополняют и необихевиористскую модель Ховланда, которая практически не учитывала когнитивных процессов убеждающей коммуникации. В настоящее время выделение двух путей переработки информации, предложенных в моделях Петти и Качоппо, а также Чейкен, занимает ведущее положение в исследованиях по проблеме изменения социальных установок. В этом русле сейчас проводится большое количество исследований, в том числе прикладных, главным образом в области рекламы и маркетинга. <...>

В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ВЛИЯНИЯ И МАНИПУЛИРОВАНИЯ¹

Основные стратегии воздействия на человека

<...>

Отечественные психологи предлагают несколько типологий стратегий воздействия на человека, основным критерием в которых является отношение к партнеру по общению как к субъекту или как к объекту. Представляется интересным остановиться на типологии основных стратегий психологического воздействия, предложенной Г. А. Ковалевым. По его мнению, в реальной человеческой жизнедеятельности имеют место три основные стратегии — «императивная», «манипулятивная» и «развивающая».

Императивная стратегия соответствует «объектной» или «реактивной» парадигме в психологии, в соответствии с которой психика и человек в целом рассматриваются как пассивный объект воздействия внешних условий и продукт этих условий.

Использование императивных методов воздействия приводит чаще всего лишь к внешнему кратковременному подчинению со стороны объекта воздействия и не затрагивает глубинные структуры его психической организации. Императивная стратегия наиболее уместна и эффективна в экстремальных ситуациях, где требуется оперативное принятие и исполнение важных для сохранения системы решений в условиях временного дефицита, а также при регламентации иерархических отношений в системах «закрытого» типа.

Манипулятивная стратегия соответствует «субъектной» парадигме, основывающейся на утверждении об активности и индивидуальной избирательности психического отражения внешних воздействий, где субъект сам оказывает преобразующее воздействие на поступающую извне психологическую информацию. Манипулятивная стратегия реализуется главным образом с помощью приемов подсознательного стимулирования, действующих в обход психического контроля, а также так называемых маскировочных и конверсионных техник, блокирующих систему психологических защит или разрушающих ее, выстраивая взамен новую субъективную протрансценентно-временную организацию, новую модель мира.

Развивающая стратегия основывается на «субъект-субъектной» или «диалогической» парадигме, где психика выступает в качестве открытой, находящейся в постоянном взаимодействии системы, которая об-

¹ Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Стратегии и тактики влияния и манипулирования // В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. Межличностное общение. СПб., 2001. С. 174–191.

ладает внутренним и внешним контурами регулирования. Психика в этом случае рассматривается как многомерное и «интерсубъектное» по своей природе образование. Психологическими условиями реализации такой стратегии воздействия являются *диалог* и обоюдная открытость.

<...>

Психологические условия реализации диалога по К. Роджерсу: 1) естественность и спонтанность в выражении субъективных чувств и ощущений, которые возникают между партнерами в каждый отдельный момент их взаимодействия; 2) безусловное позитивное отношение к другим людям и к самому себе, забота о другом и принятие его как равноправного партнера по общению; 3) эмпатическое понимание, умение тонко и адекватно сопереживать чувствам, настроению, мыслям другого человека в ходе межличностных контактов с ним. Последнее условие относительно умения правильно или активно слушать и сопереживать, настраиваться на «волну» собеседника К. Роджерс считает одной из самых потенциальных и действенных сил, влияющих на психические и личностные изменения в людях.

Как отмечает Г. А. Ковалев, все эти механизмы обеспечения внешнего диалога запускаются при наличии состояния подлинного внутреннего диалога. <...>

От типологии Г. А. Ковалева отталкивается и Е. Л. Доценко, выстраивая свою шкалу уровней установок на взаимодействие от объектного полюса к субъектному. Объектный полюс характеризуется отношением к партнеру по общению как к средству, объекту, орудию достижения своих целей. Субъектный полюс конституирует отношение к партнеру по взаимодействию как к ценности и характеризуется установкой на диалог и сотрудничество. Е. Л. Доценко предлагает пять уровней установок на взаимодействие в межличностных отношениях.

1. *Доминирование*. Отношение к другому как к вещи или средству достижения своих целей, игнорирование его интересов и намерений. Стремление обладать, распоряжаться, получить неограниченное одностороннее преимущество. Открытое, без маскировки, императивное воздействие — от насилия, подавления до внушения, приказа.
2. *Манипуляция*. Отношение к партнеру по взаимодействию как к «вещи особого рода» — тенденция к игнорированию его интересов и намерений. Воздействие скрытое, с опорой на автоматизмы и стереотипы, с привлечением более сложного опосредованного давления. Наиболее частые способы воздействия — провокация, обман, интрига, намек.
3. *Соперничество*. Партнер по взаимодействию представляется опасным и непредсказуемым, с силой которого приходится считаться. Стремление переиграть его, вырвать одностороннее преиму-

щество. Интересы другого учитываются в той мере, в какой это диктуется задачами борьбы с ним. Средствами ведения борьбы могут быть отдельные виды «тонкой» манипуляции, чередование открытых и закрытых приемов воздействия, «джентльменские» или временные тактические соглашения.

4. *Партнерство*. Отношение к другому как к равному, имеющему право быть таким, какой он есть, с которым надо считаться. Стремление не допустить ущерба себе, раскрывая цели своей деятельности. Равноправные, но осторожные отношения, согласование своих интересов и намерений, совместная рефлексия. Основные способы воздействия строятся на договоре, который служит и средством объединения, и средством оказания давления.
5. *Содружество*. Отношение к другому как к самоценности. Стремление к объединению, совместной деятельности для достижения близких или совпадающих целей. Основной инструмент взаимодействия — уже не договор, а согласие (консенсус).

Такие уровни, как доминирование и манипуляция, характеризуются крайней несимметричностью отношений, когда один субъект властвует над другим. На другом «полюсе» находятся равноправные, симметричные отношения содружества, позволяющие партнерам объединяться для решения возникающих проблем. Точно так же сила воздействия на другого человека является более грубой и примитивной на уровнях доминирования и манипуляции, постепенно становясь все более мягкой и утонченной при переходе к более симметричным отношениям.

Критерий симметричности использует и Е. В. Сидоренко, разделяя виды влияния на конструктивные и неконструктивные. При *неконструктивных* видах влияния один человек стремится уподобить чувства или действия другого своим планам, замыслам, желаниям, чувствам или действиям. Особенность же *конструктивного* влияния — в том, что уподобление партнеров друг другу происходит с их взаимного согласия. Среди психологических средств влияния Е. В. Сидоренко выделяет убеждение, контраргументацию и конфронтацию. Она также отмечает, что, независимо от вида и способа воздействия, влияние всегда диктуется собственными потребностями человека. И если обратиться, например, к иерархии потребностей А. Маслоу, то, чем выше уровень удовлетворения потребностей человека (от физиологических и потребностей безопасности до потребностей самоуважения и самоактуализации), тем более творческим будет его влияние на другого человека. Именно на высшем уровне иерархии потребностей люди наиболее полно раскрывают свой потенциал, становятся полноценными творцами собственной жизни. Чем более альтруистичную и духовную из наших потребностей мы удовлетворяем, тем более творческим, эмпатичным и развивающим будет и наше воздействие на других людей.

Манипуляция в общении

Манипуляцию часто отождествляют с влиянием. Действительно, в повседневном общении манипуляция и личное влияние бывают так тесно переплетены, что трудно отличить одно от другого. Поэтому рассмотрим феномен манипуляции более подробно, уточнив ее определение, механизмы воздействия и способы защиты.

Под манипуляцией обычно понимается один из видов психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего выигрыша.

При попытке выделить критерии манипуляции или другого вида влияния очень сложно обойтись без нравственно-этических категорий, поскольку в житейском контексте психология и этика, психология и нравственность практически неразделимы. Так, например, подбирая метафоры к понятию «манипуляция», часто говорят о стремлении «прибрать к рукам», «заарканить», «одурманить», «пригвоздить», «поймать на крючок» при сохранении иллюзии самостоятельности решений и действий адресата воздействия. После общения с манипулятором у человека остается чувство, что его «оболванили», что он «сам не свой» или «как выжатый лимон».

Метафоры же личного влияния будут другими — это способность «притягивать как магнит», «завораживать», «вдохновлять на подвиг», «давать импульс к прозрению», «способствовать перерождению», «пробуждать ото сна». Как видим, во всех случаях использования метафор присутствуют категории: «хорошее»—«плохое», «позитивное»—«негативное». Этический компонент помогает нам отличить манипулятивное общение от неманипулятивного.

Средства и механизмы манипулятивного воздействия

По нашему мнению, принципиальное различие между манипулятивным воздействием и личным влиянием заключено в следующих трех критериях.

| Манипулирующее воздействие | Личное влияние |
|--|---|
| — Скрытность и тайный характер намерений (использование другого как средства достижения собственных целей). | — Искренность и открытость чувств, эмоций, намерений и мотивов человека, оказывающего влияние. |
| — Стремление подчинить своей воле (получить односторонний выигрыш). | — Наличие в акте влияния собственной доброй воли и личных интересов взаимодействующих людей. |
| — Разрушающий личность эффект воздействия (в первую очередь негативный эффект сказывается на личности адресата, но опосредованно — на личности манипулятора) | — Обогащающий, развивающий эффект воздействия (в первую очередь на личность того человека, на которого оказывается воздействие) |

У Э. Шострома, считавшего манипулирование злом и основным бедствием современного человека, в последнее время появляется все больше сторонников. Е. Л. Доценко, например, видит разрушительный эффект манипуляции в расщеплении личности адресата, ее невротизации, повышении «роботообразности», податливости к внешнему влиянию. Средства манипулятивного воздействия он группирует в соответствии с основными признаками манипуляции.

1. Тайный характер манипулятивного влияния обеспечивается *многовекторностью воздействия* — решением сразу нескольких подзадач. Например, отвлечение внимания адресата, ограничение внимания на требуемом содержании, снижение критичности адресата, повышение собственного ранга в его глазах, изоляция адресата со стороны других людей и т.п.

2. Для оказания *психологического давления* используется адекватное целям оружие воздействия, перехват инициативы, введение своей темы, сокращение времени для принятия решения, рекламирование себя или намерений на широкие связи и возможности, апелляция к присутствующим и т.п.

3. Проникновение в психическую сферу адресата происходит через *психический автоматизм* — структурно-динамическое образование, актуализация которого с высокой вероятностью приводит к стандартному результату, будь то мотивационное напряжение (стремление к успеху, деньгам, славе, сексуальному удовольствию) или какое-то действие. «Струнами души» может оказаться любой значимый мотив: переживание из-за невысокого роста, полноты, болезни, гордость объекта влияния за собственное происхождение, нетерпимость к какому-то типу людей, любопытство, хобби и т.д. Играя на различных интересах и потребностях адресата и одновременно на его опасениях, несвободе или нерасторопности, манипулятор может довольно длительное время удерживать адресата в пределах своих возможностей и влиять на него.

4. *Эксплуатация личностных качеств адресата* представляет собой имитацию процесса принятия решения им самим. Первый шаг — создание (или актуализация) состояния конкуренции мотивов. Актуализировать можно лишь то, что уже имеется во внутреннем мире человека. А там имеется очень многое — надо лишь суметь получить доступ к тому или иному устремлению человека. Как только доступ будет получен, устремление будет актуализировано, разбухшая энергия начнет действовать без внешней поддержки. Второй шаг — изменение побудительной силы конкурирующих мотивов (изменение ценности одного из них, изменение цены достижения, управление оценкой вероятности достижения целей и т.п.).

Относительно механизмов манипулятивного воздействия следует отметить, что они одинаковы при любом психологическом влиянии — это в первую очередь психические автоматизмы и мотивационное обес-

печение. Любые средства психологического воздействия, включая манипулятивное, — это приложение усилий со стороны отправителя воздействия. С точки зрения технологии ничего больше сделать нельзя.

В отношении позитивного, развивающего влияния мы будем наблюдать то же самое. Можно дать человеку импульс к изменению, но нельзя произвести это изменение (его творцом является только сам человек). Точно так же человек не может прожить ни минуты чужой жизни. В дополнение заметим, что чем большим количеством стереотипов обременено сознание человека, тем легче манипулятору достичь своей цели, поскольку он играет на несвободе личности.

Конечная направленность манипулятивного воздействия диктуется стремлением манипулятора переложить ответственность за содеянное по его же наущению на свою жертву. Именно это обстоятельство и определяет негативное отношение к манипуляции вследствие наличия в ней разрушительного начала.

Распознавание манипуляции и защита от нее

<...>

Как распознать «профессионального» манипулятора?

Неизменно присущий всякому манипулятору признак — это *стремление овладеть волей* партнера. Манипулятор всегда будет стремиться поставить вас в подчиненное, зависимое положение. Эту зависимость он будет черпать в ваших слабостях, страхах, в любых желаниях, от которых вы не свободны (желание денег, власти, славы, признания, любви).

Второй отличительный признак манипулятора — *обман, лицемерие* в его поведении: смущающее вас слащавое заискивание, стремление угодить либо неотвязность и прилипчивость, либо ощущение, что он чего-то не договаривает и «темнит».

Третье отличие манипулятора вы всегда обнаружите в его суждениях, где будет звучать призыв не к объединению, а к *отъединению*. Он будет убеждать вас в необходимости борьбы «за место под солнцем», в необходимости позиции силы — «чем больше твоя сила и способность контролировать других, тем выше ты поднимаешься как хозяин положения». Интрига — любимый конек манипулятора. Другой — это всегда лишь средство достижения собственных целей.

Конечно, искусно проделанную манипуляцию сразу распознать очень трудно, но если полагаться на собственную интуицию, то она всегда подскажет, что «здесь что-то не так». Нужно в первую очередь прислушиваться к собственным ощущениям. Если возникает чувство, что вы поступаете вопреки своей воле и вразрез с вашими правилами, что партнер чего-то недоговаривает и т.д., то приступайте к защите от манипулятивного воздействия. При этом следует помнить, что бегство, агрессия, плач и истерика являются детскими способами психологической

защиты и чаще всего также носят разрушительный характер. Е. Л. Доценко, например, предполагает, что более эффективными будут такие действия, как *предложение сотрудничества, разрушение сценария борьбы, разоблачение тайных намерений манипулятора* с помощью прямых или косвенных вопросов, с предоставлением ему, однако, права сохранить свое лицо.

При общении с манипулятором должны преобладать:

- логика активно-выжидательной позиции (чтобы выиграть время и получить подтверждение каким-либо своим предположениям, задавайте вопросы);
- чувство такта и самообладание (не вовлекайтесь слишком эмоционально в ситуацию, сохраняйте диссоциированность с ней);
- вера в способность партнера отказаться от борьбы и вера в свои силы (главное — не пересилить, а осилить);
- намерение прервать привычный, навязываемый сценарий и стремление предложить свой, нестандартный, не соответствующий ожиданиям оппонента;
- настрой на совместное решение проблемы.

Необходимо также помнить, что всегда есть «аварийный» выход из ситуации — можно прервать контакт под благовидным предлогом, вернувшись к нему при первом же подходящем случае (когда вы будете достаточно готовы и сильны для противостояния).

Ведущим же фактором в сопротивлении внешнему давлению и манипулированию, по мнению многих психологов, *выступает личностный потенциал*, личностная сила, которая представляет собой *устойчивость к внешнему влиянию и одновременно силу воздействия на людей*. Она предполагает индивидуальную целостность и включает следующие переменные:

- «сложность» внутреннего мира;
- богатство смысловых связей с внешними контекстами;
- «укорененность» личностных структур (личность имеет глубокие корни);
- ясность внутренних приоритетов и одновременная уступчивость в непринципиальных моментах, «гибкость в средствах и устойчивость в целях»;
- духовная зрелость, когда жизненные цели таковы, что лежат вне пределов достижения в рамках одной человеческой жизни.

Личностная сила тем выше, чем выше духовность человека. Получается, что противостоять чужому влиянию можно с помощью своего личного влияния. Как ни странно, хитрому, лицемерному, пусть даже наблюдательному и проворному манипулятору легче всего может противостоять не другой, более искусный манипулятор с более изощренным

арсеналом средств воздействия, а человек доброжелательный, открытый, искренний, лишенный чувства зависти и агрессивности, но при этом мужественный, бесстрашный и, в силу всех этих качеств, мудрый. Именно с такими «простаками» труднее всего справиться тем, кто стремится подчинить своей воле других.

Таким образом, личностный потенциал, включающий духовную зрелость и свободу человека от всякого рода стереотипов, является одновременно потенциалом личного влияния и противостояния чужому влиянию.

<...>

Экспериментальные исследования тактик влияния

Исследование тактик влияния и стратегий воздействия на других людей ведется в русле проблемы предсказания и управления поведением людей в ситуациях межличностного общения. За последние 20 лет в зарубежной психологии этой теме было посвящено достаточное количество эмпирических исследований. Ученых интересует, какие стратегии используются наиболее часто в повседневных общественных взаимодействиях, как выбор тактик зависит от личностных особенностей, ситуации, статуса (начальник или подчиненный), от того, является ли индивид, на которого влияют, знакомым или незнакомым, один он или не один и так далее.

<...>

Д. Басс, М. Гоумс, Д. Хиггинс и К. Лаутербах изучали использование тактик влияния и манипулирования в зависимости от двух целей, на которые оно направлено: 1) *побудить другого сделать что-то* и 2) *заставить другого прекратить делать что-то*. Опросник этих авторов состоял из 35 вопросов, сгруппированных по 7 суждений в 5 категорий:

- 1) *убеждение* («Я прошу ее сделать это»);
- 2) *отступление* или регресс («Я буду ныть, пока она не сделает это»);
- 3) *принуждение* («Я требую, чтобы она сделала это»);
- 4) *обаяние* («Я буду говорить ей комплименты так, что она сделает это»);
- 5) *унижение* («Я буду унижаться, лишь бы она сделала это»).

Шестая тактика определялась как воздействие молчанием, характерное для тех, кто набрал высокий балл по шкале нейротизма.

В центре внимания авторов были индивидуальные личностные различия (на основе опросника Айзенка) в предпочтении тех или иных тактик. Так, экстраверты более склонны действовать обаянием, убеждением или унижением. Лица, имеющие высокие показатели нейротизма, чаще используют воздействие молчанием, отступление или принужде-

ние. Расчетливость как личностная черта коррелирует с убеждением, обаянием, унижением и молчанием; доминантность — с убеждением; амбициозность — с убеждением и принуждением; леность — с унижением, отступлением, молчанием и принуждением; вздорность (придирчивость) — с унижением, принуждением и молчанием. Соглашающие вообще не склонны к манипулированию. Для побуждения других людей к действию чаще используется тактика обаяния, а для прекращения нежелательного поведения других в большей степени применяются тактики молчания и принуждения.

Авторы данного исследования смотрят на природу манипуляции с точки зрения эволюционной теории. Они придерживаются того мнения, что естественный отбор был благосклонен к людям, успешно манипулирующим объектами своего окружения. По их мнению, необходимо изучать, на какие возможные цели будут направлены в будущем человеческие манипулятивные тактики.

Тактики влияния в работе менеджера

Целью других исследований было изучение эффективности различных тактик влияния в работе менеджера, их роли в выполнении задания, урегулировании конфликтов. Г. Юкл и Б. Трэйси провели расширенное исследование тактик влияния. Они рассмотрели: 1) использование тактик во всех трех направлениях: по отношению к руководству, подчиненным и равным по статусу; 2) частоту их применения и 3) эффективность каждой тактики в выполнении задания.

Частота использования тактик в разных направлениях определялась следующими факторами: а) совместимость с господствующими социальными нормами и ролевыми ожиданиями; б) наличие у агента власти, достаточной для использования тактики в той или иной ситуации; в) приемлемость для объекта влияния; г) уровень сопротивления объекта; д) цена использования тактики по отношению к вероятным выгодам.

Предполагалось, что большинство людей предпочтут социально приемлемые тактики, которые не слишком дороги (с точки зрения времени, усилий, затрат или отчужденности объекта) и, скорее всего, будут эффективны для достижения данной конкретной цели при предвидимом уровне сопротивления объекта влияния. В отношении эффективности предполагалось также, что достигнуть успеха помогут скорее те тактики, которые воспринимаются другими людьми как социально приемлемые формы поведения, соответствующие личному уровню власти и умению использовать эти тактики.

Юкл и Трэйси с помощью авторской версии опросника «Влиятельное поведение» измеряли девять тактик, которые охватывают широкое разнообразие проактивных типов поведения с целью влияния.

- *Разумное убеждение* — человек использует логические доводы и реальные факты для убеждения другого в том, что предложение или требование актуально и, вероятно, повлияет на достижение цели задания.
- *Эмоциональное воздействие (воодушевление)* — человек выдвигает пробуждающее энтузиазм предложение или требование, вдохновляет своим призывом к тому, что другой ценит или во что верит, тем самым увеличивая уверенность другого в собственных силах, способности сделать требуемое.
- *Обращение за консультацией* — человек просит другого поучаствовать в планировании стратегии, мероприятия, где желательна его поддержка и помощь, или хочет изменить предложение, чтобы оно отвечало интересам другого. Таким образом, другой используется как платформа для представления идей.
- *Лесть (заискивание)* — человек пытается привести другого в хорошее настроение или использовать момент, когда тот благоприятно к нему настроен, прежде чем попросить его сделать что-то.
- *Обмен* — человек предлагает обмен любезностями, чем-то желательным и приемлемым, показывает желание ответить взаимностью, отблагодарить, поделиться прибылью, если другой сможет выполнить задание.
- *Воздействие через личные отношения* — человек взывает к чувству лояльности и дружбы другого, прежде чем попросить сделать что-то в качестве особого одолжения.
- *Коалиция* — человек ищет помощи других для того, чтобы убедить партнера сделать что-либо, или использует поддержку других, чтобы склонить его согласиться с ними.
- *Легитимизация* — человек пытается обосновать законность просьбы, заявляя свою власть или право выдвигать требования, уверяя, что это соответствует политике, нравам или традициям организации.
- *Давление* — человек использует приказы, угрозы или постоянные напоминания, чтобы заставить вас делать то, что он хочет.

В результате исследования этих авторов по трем направлениям (начальник, равный, подчиненный) обнаружилось, что разумное убеждение в основном используется по отношению к руководителям, эмоциональное воздействие и давление — по отношению к подчиненным. Коалиция реже всего используется в общении с подчиненными, а обмен — в общении с руководителями. Обмен используется в основном по отношению к равным по статусу, так же как и обращение к личным отношениям и легитимизация. К лести люди чаще прибегают в случае с подчиненными и равными по статусу, чем в общении с руководителями.

Относительно участия объекта в выполнении задания обнаружилось, что разумное убеждение, эмоциональное воздействие и консультация значительно коррелируют с участием в выполнении задания по всем трем направлениям. Лесть, обмен и обращение к личным отношениям важны для участия подчиненных и равных по статусу в выполнении задания, но лесть и обмен неэффективны при влиянии на руководителей (в этом контексте они рассматриваются руководителями как манипулятивные ввиду низких полномочий нижестоящих сотрудников). Тактики коалиции были эффективны для участия в выполнении задания в любом направлении. Тактики легитимизации были неэффективны для участия в выполнении задания равных по статусу, а давление — неэффективно и для равных по статусу, и для подчиненных.

В целом разумное убеждение, консультация и эмоциональное воздействие были умеренно эффективными для влияния на участие в выполнении задания вне зависимости от направления. Следовательно, их можно рассматривать как социально приемлемые тактики влияния.

Рейтинг эффективности менеджера, сделанный его руководителем, был тем выше, чем чаще данный менеджер использовал тактики разумного убеждения, эмоционального воздействия и консультации. Давление, коалиция и легитимизация обычно оказывались неэффективными. Вероятно, эти тактики должны рассматриваться как социально нежелательные формы поведения с целью влияния во многих ситуациях.

Независимо от направления тактика разумного убеждения позволяет точнее всего предсказать оценку боссом эффективности менеджера. В целом эффективность большинства тактик при попытках влияния на руководителей была меньшей, чем в ситуации воздействия на подчиненных и равных. Авторы исследования пришли также к выводу, что результат любой конкретной попытки влияния определяется многими факторами, помимо тактик влияния, и любая тактика может привести к противодействию со стороны объекта, если она не соответствует данной ситуации или используется неумело.

<...>

Тактики влияния и свойства групп

Социальные психологи, изучающие эффекты, связанные с пребыванием индивида в группе, выделяют меньшую ответственность членов групп по сравнению с общением отдельных индивидов. Роберт Чалдини считает, что наряду с этим феноменом также часто работает другой — принцип социального доказательства: мы считаем свое поведение правильным, если часто видим других людей, ведущих себя подобным образом. Поэтому люди могут использовать различные тактики влияния в зависимости от того, воздействуют ли они на группу или на отдельного индивида, на друга или незнакомого. Например, угрозы или эмоцио-

нальное воздействие могут быть эффективными при непосредственном обращении, но не перед группой.

Новозеландский психолог Б. Турин поставил целью своего исследования подтвердить теорию о том, что основные свойства групп могут определять (предсказывать) тактики влияния, которые индивид использует по отношению к ним. Он использовал версию опросника Хинкина и Шришайма, который рассматривает шесть основных тактик влияния:

- *обмен* (exchange) — обмен дружбой или материальными ценностями;
- *лесть* (ingratiation) — завоевание расположения, доверия;
- *убеждение* (rationality) — обращение к логическим доводам и дополнительной информации;
- *настойчивость* (assertiveness) — реализуется в смешении эмоционального напора и конфронтации;
- *объединение* (coalition) — использование поддержки своей группы;
- *обращение к авторитету* (upward appeal) — ссылка на авторитет с целью влияния, призыв.

Б. Турин обнаружил, что *настойчивость* и тактики *обмена* используются чаще индивидом, нежели с группой, и скорее с друзьями, нежели с незнакомыми людьми. Люди пытаются избегать использования этих тактик в групповых ситуациях, так как в группе сила воздействия настойчивости и обмена распределяется между участниками. Результаты относительно влияния на незнакомых людей объясняются теми же причинами, что и результаты воздействия на группу, когда распределение силы воздействия основывается на уменьшении социальных последствий и ответственности в групповых ситуациях. Взаимное социальное предвидение и ответственность, которые требуются при тактиках обмена и настойчивости, слабее выражены в случае с незнакомыми людьми.

Логические и формальные доводы чаще используются в группах, чем с отдельным человеком, и больше с незнакомыми людьми, чем с друзьями. Автор предполагает, что логика и формальность могут оказаться неприемлемыми способами общения с друзьями. В свою очередь при влиянии на группу сила воздействия логических и формальных аргументов не рассеивается. То есть если результат, обусловленный логическими доводами, верен, эти доводы будут иметь одинаковую силу воздействия на всех членов группы. В случае же с тактиками обмена и настойчивости мы получаем противоположный эффект, так как эти тактики опираются на социальное принятие последствий на протяжении всего процесса влияния.

<...>

Что касается тактик *коалиции* и *обращения к авторитету*, то они чаще используются в группе, чем с отдельным человеком, и в большей степени с незнакомыми, чем с друзьями.

Результаты в отношении тактик завоевания расположения путем *заискивания и лести* не продемонстрировали различий между воздействием на группу и на отдельного человека, на друзей или незнакомых людей. Кроме того, эти тактики рассматриваются негативно: участники отметили, что другие люди используют эти тактики чаще, чем они сами, и чаще с незнакомыми людьми, чем с друзьями. Это согласуется со взглядами многих других психологов, согласно которым заискивание является своего рода «недозволенным» поведением.

<...>

Взаимозависимость целей и эффективность влияния

Авторы еще одного исследования, Д. Тьосвольд, Р. Эндрюс и Д. Страрзерс, обнаружили, что сила власти, тип влияния руководителя и его успешность связаны между собой. Руководители с более сильной властью чаще полагаются на директивные способы влияния, чем руководители с меньшей властью, хотя используют также и сотрудничество. Но не только власть может влиять на стратегии лидеров. Не меньшее влияние на способы воздействия руководителя оказывают установки служащих: верят ли подчиненные в то, что их цели зависят от руководителя.

Взаимозависимость целей может быть различной.

При *кооперации* люди верят, что их цели позитивно связаны так, что если один движется к достижению своей цели, то и другие тоже движутся к достижению своих. Такая взаимозависимость целей способствует доверию и открытости подчиненных влиянию со стороны руководителя.

При *конкуренции* люди верят, что их цели негативно связаны и успех других мешает их собственному. Следовательно, подчиненные будут закрыты для влияния руководителя, опасаясь, что он желает преуспеть за их счет.

При *независимых целях* люди считают, что их интересы не соотносятся и достижение своей цели одним человеком никоим образом не может помочь или помешать достижению целей других. Независимые цели создают атмосферу скорее безразличия, чем доверия.

Таким образом, руководители, которые развивают и устанавливают кооперативные цели, создавая открытую и доверительную атмосферу общения, будут эффективнее влиять на своих подчиненных, чем руководители с конкурирующими или независимыми целями. Взаимозависимость целей влияет на выбор руководителем стратегии воздействия: директивной или сотрудничающей. Лидеры с кооперативными целями полагаются на сотрудничающее влияние, и оно оказывается наиболее эффективным. При конкуренции и независимости руководители чаще используют давление, и их влияние оказывается неэффективным. Следовательно, *эффективному воздействию руководителя на подчиненного* способствуют цели, которые требуют *кооперативных стратегий*.

Тактики с сильным и слабым контролем ресурсов

Многие исследователи рассматривают социальную власть и влияние как отдельные стратегии, хотя выдвигается и предположение, что силовые методы и тактики влияния в принципе аналогичны. А. Стахелски и С. Пэйнтон обнаружили, что человек с *высоким статусом в неравных отношениях* использует *силовые стратегии*, основанные на *более полном уровне полномочий* и обоснований, *контролирующие ресурсы*. В то же время человек с *низким статусом* предпочитает *стратегии с более слабым контролем за ресурсами*, или тактики влияния, основанные на *дружелюбии, утверждении и союзничестве*. Особенно трудно противостоять таким «слабым» тактикам влияния, как: 1) «нога в дверях»; 2) «низкий мяч»; 3) «дверь в лицо».

1. «Нога в дверях» (*foot-in-the-door*) означает, что агент влияния просит вначале о небольшой услуге, а когда достигает успеха, просит о большей. Люди, согласившись оказать малую услугу, со временем могут оказать и большую. Как отмечает Р. Чалдини, многие деловые и благотворительные организации регулярно применяют этот подход. Стратегия торговцев заключается в том, чтобы заставить человека сделать крупную покупку после приобретения чего-то незначительного. Целью первоначальной сделки не является прибыль, ее цель — обязательство. Ожидается, что публичное обязательство (уже сделанная мелкая покупка) естественным образом повлечет за собой другие покупки, более крупные.
2. Техника «низкого мяча», или «техника заманивания» (*low-ball*) — вначале идет преднамеренное занижение цены, а после того, как клиент заинтересовался, сообщают, что обстоятельства изменились и цена будет высокой. В других случаях людей просят о небольшой услуге, заманивая лестными и выгодными для них обещаниями, а потом сообщают, что выполнить данное обещание не представляется возможным. Человек, уступивший в ответ на первую просьбу, зачастую продолжает давать согласие, даже когда побуждающая причина устранена, — люди стараются быть последовательными. <...>
3. «Дверь в лицо» (*door-in-the-face*) — вначале агент влияния просит о большом одолжении, в котором объект обычно отказывает, после чего — о меньшем одолжении, на которое объект, как правило, соглашается.

Например, сын — родителям: «Не хотите ли купить мне новый музыкальный центр?» — «Нет». — «Ну тогда дайте хотя бы на билет на концерт группы “Скутер”».

Описанные выше техники скорее относятся к тактикам манипулирования. С личным влиянием более всего связано *убеждение*.

Наличие «дара красноречия» обычно приписывается тем, кто умно, выразительно и убедительно выступает в споре или дискуссии. Здесь имеют значение такие личные качества, как уверенность, компетентность, кредитность (способность вызывать доверие), надежность (прямой взгляд повышает доверие), значение атрибуции, готовность пострадать за свои убеждения, скорость речи, ее темп, физическая привлекательность, а также подобие в отношении вкусов и стиля.

<...>

Самопрезентация как средство воздействия

В качестве средства воздействия многими современными авторами выделяется *самопрезентация*. Это различные поведенческие тактики, направленные на то, чтобы повлиять на восприятие действующего окружающими.

Самопрезентация направлена на возбуждение в объекте воздействия определенных эмоций с расчетом на то, что эти эмоции вызовут желаемую реакцию. Она может носить не только тактический, но и стратегический характер, то есть может быть рассчитана не на сиюминутный эффект, а на эффект в будущем.<...>

Самопрезентация в социальном контексте столь изменчива, что предполагает привязку практически ко всем фундаментальным потребностям индивидуума. Для некоторых, как отмечает Д. Майерс, сознательная самопрезентация — образ жизни. Люди, обладающие высокими показателями по шкале тенденции к самомониторингу (стремление быть таким, каким хотят меня видеть другие люди), действуют как социальные хамелены, приспособливая свое поведение к внешним ситуациям. Люди с низким показателем самомониторинга меньше заботятся о том, что о них думают другие. Они больше руководствуются внутренними ощущениями и чаще действуют и говорят так, как чувствуют на самом деле. Они также демонстрируют больше стабильности и постоянства в социальном поведении в таких вопросах, как альтруизм, честность и самообладание.

<...>

Г. М. Андреева, Н. Н. Богомолова, Л. А. Петровская

ТЕОРИИ ДИАДИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ¹

<...> Бихевиористская ориентация включает в качестве одного из методологических принципов принцип гедонизма. Доктрина психоло-

¹ Андреева Г. М., Богомолова Н. Н., Петровская Л. А. Теории дидактического взаимодействия // Социальная психология XX столетия. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 70–82.

гического гедонизма, одна из старейших доктрин психологии, на протяжении истории принимала различные формы. В частности, она нашла воплощение в известном «законе эффекта» Торндайка, в современных вариантах теории подкрепления с ее акцентом на роли «вознаграждения», «удовольствия», «редукции напряжения» и т.п. В социальной психологии, по мнению ряда исследователей, «точка зрения гедонизма обычно выражается в терминах доктрины «экономического человека». Эта доктрина рассматривает «человеческое поведение как функцию его платежа; его (человеческого поведения) сумма и вид зависят от суммы и вида вознаграждения и наказания, которые оно приносит». Указанная точка зрения лежит в основе широко известной на Западе работы Д. Тибо и Г. Келли «Социальная психология групп», представляющей собой одну из попыток приложения бихевиоризма к анализу групповых процессов. <...>

Подход Д. Тибо и Г. Келли

Чаще всего позиция Тибо и Келли фигурирует под наименованием «теория взаимодействия исходов». Сами же авторы подчеркивают, что их подход правильнее квалифицировать как точку зрения, или *frame of reference*, а не как теорию. Основное внимание Тибо и Келли уделяют фактору «взаимного обмена вознаграждениями и наказаниями» в контексте интеракции (взаимодействия). Суть подхода состоит в следующем. Всякое межличностное отношение — это взаимодействие. Для анализа преимущественно берется взаимодействие в диаде. «Диадическое взаимодействие наиболее вероятно будет продолжаться и позитивно оцениваться, если участники такого взаимодействия “выгадывают” от него». Эту основную посылку нужно понимать следующим образом. Во-первых, авторы объясняют социальное взаимодействие в терминах «исходов» — вознаграждений и потерь (издержек) каждого из участников взаимодействия. Исход всякого взаимодействия рассматривается как некий шаг, резюмирующий получаемые вознаграждения и понесенные потери. Во-вторых, по их мнению, интеракция будет продолжаться, повторяться, только если ее участники подкрепляются, имея позитивные исходы, то есть если вознаграждения превосходят потери. Авторы предполагают, что взаимодействующие стороны зависят друг от друга в достижении позитивных исходов. «В качестве независимых переменных выступают возможности взаимного контроля, которыми обладают члены коллектива. Считается, что контроль опосредуется способностью влиять на исходы другого (такие, как вознаграждения, платежи, подкрепления и полезности)». В качестве зависимых переменных выступают продукты взаимозависимых отношений — нормы, роли, власть. Позитивные платежи в социальной интеракции могут быть материальными или же психологическими (выигрыш в статусе, власти и т.д.).

Получаемые участниками в итоге взаимодействия вознаграждения или понесенные потери детерминируются, по мнению Тибо и Келли, факторами внутренними или внешними этому взаимодействию. Последние составляют категорию так называемых экзогенных детерминант. Они включают индивидуальные потребности и способности участников, сходство или различия в их установках, ценностях, ситуационный контекст их межличностного контакта. Как отмечают авторы, во многих случаях это факторы, коррелирующие с социометрическим выбором. В самом общем плане способных партнеров во взаимодействии отличает то обстоятельство, что они, полагают Тибо и Келли, обладают большим потенциалом для вознаграждения другого участника. В результате в отношениях с более способным партнером более вероятен общий позитивный исход.

В зарубежной социальной психологии проведено много исследований, показывающих, что индивиды с похожими установками склонны выбирать друг друга в качестве друзей, партнеров по взаимодействию. <...> Тибо и Келли полагают, что сходство между сторонами диады облегчит им обоим достижение позитивных исходов во взаимодействии.

К экзогенным детерминантам вознаграждений и издержек в социальных отношениях Тибо и Келли относят такую их характеристику, как дистантность. Диада, так сказать, на расстоянии представляет меньше возможностей участникам для позитивных исходов, поскольку для формирования и поддержания физически дистантных отношений требуется больше усилий и, следовательно, больше издержек, чем в противоположном случае.

Еще одна рассматриваемая авторами экзогенная переменная — комплементарность, или дополнительность. Они полагают, что образование диады облегчается сторонами, которые способны вознаграждать друг друга ценой низких издержек для себя. В комплементарном отношении каждый может обеспечить то, в чем нуждается другой, но сам это обеспечить не может. В таких отношениях вознаграждения для обоих участников высоки, а издержки низкие, и, таким образом, исходы позитивны для обоих.

Другая категория детерминант вознаграждений и потерь — эндогенные факторы. Они возникают в ходе взаимодействия и как его продукт. Если экзогенные детерминанты определяют пределы достижения позитивных исходов, то эндогенные определяют, будут ли действительно эти исходы достигнуты. Эндогенные помехи или содействия реализации оптимальных возможностей в отношении издержек-вознаграждений проистекают из «комбинаций последовательностей поведения членов диады». Сочетание поведений может оказаться взаимно несовместимым, как, например, в ситуации, когда один из братьев желает заниматься в кабинете, а другой в это же время желает играть на музыкальном инструменте. Подобное сочетание мешает сторонам максимизировать их

вознаграждения ценой минимальных издержек. Облегчит максимизацию лишь изменение какой-то стороной ее поведения. Тибо и Келли полагают, что несовместимые, соперничающие тенденции увеличивают оптимальные издержки в форме раздражения, смущения, тревоги или необходимости приложить большие усилия для соответствующих реакций. Они формулируют следующую гипотезу: издержки, вызываемые интерференцией, пропорциональны конфликту, порождаемому несовместимой ситуацией.

Важным моментом в подходе Тибо и Келли являются вводимые ими понятия «уровень сравнения» и «уровень сравнения альтернатив». Согласно авторам, ценность, которую личность приписывает исходу взаимодействия, не может быть определена на основании ее абсолютной величины. Она определяется на основе сравнения с двумя вышеназванными стандартами. Уровень сравнения индивида — это средняя величина позитивных исходов, которые он имел в своих предшествующих отношениях с другими. То есть, оценивая ценность исхода для себя, личность ориентируется на этот средний уровень. Исход благоприятен, если он выше среднего уровня, и чем выше, тем благоприятнее. Данное понятие используется как некая естественная точка отсчета на шкале удовлетворения. Посредством этой мерки индивид оценивает привлекательность межличностного отношения для себя. Уровень сравнения может варьировать в зависимости от личности и ситуации. Во многом он определяется тем, как воспринимает индивид собственные возможности в достижении благоприятных исходов. Чем к более высоким исходам привык индивид, тем более высоким будет его уровень сравнения в последующих отношениях. Иногда, правда, обстоятельства могут изменить эту тенденцию.

Второй стандарт, на основе которого личность оценивает свои исходы, — уровень сравнения альтернатив. Посредством этого критерия индивид решает, будет ли он оставаться в данном социальном отношении или выйдет из него. Предполагается, что личность не останется, например, на удовлетворяющей ее работе, если она имеет возможность получить еще более привлекательную работу, и что она не покинет даже вызывающее неудовлетворение положение, если единственная имеющаяся альтернатива еще хуже. Таким образом, данный стандарт представляет собой наилучший исход, который личность может получить в свете наилучшей возможной для него альтернативы. Как видим из вышеизложенного, идея авторов весьма проста: выбирая между альтернативами, личность всегда стремится к более благоприятной из них. Так, можно отметить, что в трактовке понятия исходов Тибо и Келли подчеркивают относительность их оценки участниками. Интересно, что этот момент смыкает авторов с представителями гештальтпсихологии, для которых характерен акцент на относительности восприятия.

Основным техническим приемом, используемым Тибо и Келли в анализе, является матрица исходов. Представление социального взаимодействия в форме матрицы заимствовано социальной психологией из теории игр — сравнительно молодой области математического знания. Оно показало свою эффективность в качестве полезного средства для описания различных типов социальной взаимозависимости в абстрактной форме и как средство, «стимулирующее исследование». Матрица исходов составляется таким образом, что в таблицу заносится весь возможный репертуар поведения каждого участника взаимодействия. Например, по горизонтали размещается поведенческий репертуар участника B , по вертикали — то же самое для участника A (рис. 1).

| | | | |
|-----|-------|-------|-------|
| | | A | |
| | | A_1 | A_2 |
| B | B_1 | 6 | 1 |
| | B_2 | 1 | 2 |
| | | 4 | 5 |

Рис. 1

В клетках матрицы представлены все соответствующие издержки и вознаграждения, релевантные для данного взаимодействия. Читается матрица таким образом: если участник A избирает во взаимодействии линию поведения A_1 , а участник B — B_1 , то A получает, например, 6 единиц позитивного исхода, а B — 2 единицы, т.е. в данном случае имеются позитивные исходы у обеих сторон.

Тибо и Келли делают следующие допущения относительно природы матрицы:

- 1) в ее клетках содержатся все возможности вознаграждений и издержек в данном взаимодействии;
- 2) в матрице представлены все возможные линии поведения участников;
- 3) ценности издержек и вознаграждений исхода варьируют с течением времени благодаря воздействию многих факторов (например, насыщение, утомление и т.д.);
- 4) матрица не известна участникам до взаимодействия. По мере прогресса взаимодействия они непрерывно делают открытия относительно возможных исходов и поведенческого репертуара своего партнера.

Особое значение приобретает последний, четвертый, пункт. Тибо и Келли утверждают, что в момент вступления в социальное взаимодействие стороны сталкиваются с большой степенью неопределенности в

отношении исходов, которые могут быть достигнуты. Личность может иметь недостаточно знаний, чтобы ожидать что-то определенное, либо она может иметь ошибочные представления. Поскольку до самого факта взаимодействия трудно вынести окончательные суждения, постольку в самом начале формирования отношения есть период проб, сравнения (*sampling*), когда участники пытаются реально оценить потенциально возможные в таком отношении исходы. Восприятие исходов на ранней стадии взаимодействия помогает определить, продолжать отношение или выйти из него. Оцениваются исходы первичного контакта по двум выше рассмотренным критериям (уровень сравнения и уровень сравнения альтернатив). Индивиды будут формировать и поддерживать те отношения, которые обещают дать наилучший из возможных исходов. Кроме того, для участников важно предвидеть, останутся ли выявленные позитивные исходы стабильными со временем. Подобное исследование матрицы возможных исходов оказывается весьма важным, когда в стадию формирования вступают долговременные отношения типа супружества.

Среди многочисленных аспектов социального взаимодействия, к которым считается приложимым этот подход, особое внимание уделяется отношениям власти, взаимозависимости и межличностной аккомодации (приспособлению). По мнению Тибо и Келли, матрица исходов оказывает большую помощь в оценке образцов взаимозависимости членов диады, а также в оценке процессов, посредством которых участники влияют друг на друга и друг друга контролируют. Возможность власти одного участника над другим, на которую указывает матрица, состоит в способности контролировать исходы другого, т.е. его вознаграждения-издержки. Тибо и Келли определяют власть в диаде как функцию способности одного участника влиять на качество исходов, достигаемых другим. Критерий «уровень сравнения альтернатив» оказывается очень важным показателем стабильности власти и отношений зависимости в диаде. «Если средние исходы данного отношения ниже средних исходов, имеющихся в наилучшем альтернативном отношении, основы власти и зависимости в таком диадическом отношении будут слабы, и со временем эта диада распадется».

Тибо и Келли выделяют два типа контроля, которые одна личность может иметь по отношению к исходам другой, — фатальный и поведенческий. Суть фатального контроля состоит в том, что один участник полностью определяет исход для другого независимо от того, что предпримет этот другой. Ситуация фатального контроля иллюстрируется следующими двумя матрицами (рис. 2).

Первая матрица иллюстрирует факт фатального контроля A над B (обратное неверно). В этом случае для участника B все зависит от того, какую линию поведения выберет A . Если он выберет A_1 , то, что бы ни

| | | |
|-------|-------|-------|
| | A_1 | A_2 |
| B_1 | +5 | +1 |
| B_2 | +5 | +1 |

| | | |
|-------|-------|-------|
| | A_1 | A_2 |
| B_1 | +5 | +1 |
| B_2 | +5 | +1 |

1
2

Рис. 2

делал B (выбрал B_1 или B_2), все равно его выигрыш будет +5. Если же A выбирает A_2 , то, что бы ни делал B , его выигрыш будет +1. Таким образом, B не имеет контроля над уровнем исхода, получаемого им, в этом отношении он полностью зависит от A , то есть, согласно Тибо и Келли, это означает, что A обладает властью над B .

Вторая матрица иллюстрирует случай взаимного фатального контроля. A фатально контролирует B (мы уже разяснили эту ситуацию); справедливо и обратное: B фатально контролирует A . Если A выбирает A_1 , то B всегда получает максимальный выигрыш независимо от того, что он делает сам; если B выбирает B_1 , то A всегда имеет максимальный выигрыш независимо от того, что он делает.

Тибо и Келли полагают, что в ситуации, когда личность не имеет прямого контроля над собственным исходом, она может воспользоваться своей способностью влиять на исход другого и таким образом повлиять на свой исход косвенно. Они предполагают, что в самом общем плане для каждого участника в данном типе взаимодействия стратегия, которая наиболее вероятно ведет к стабильному взаимному вознаграждению, состоит в том, чтобы изменять свое поведение после получения наказания (издержек) и сохранять то же самое поведение, если достигнуто вознаграждение. В частности, в рассмотренной второй матрице, если оба участника придерживаются такой стратегии и если A выберет A_2 и B выберет B_1 , B будет неудовлетворен своим исходом и вынужден в следующий раз изменить свой выбор на B_2 , в то время как A продолжит выбирать A_2 . Сочетание A_2B_2 приведет обоих участников к наименее предпочитаемым исходам. Это обстоятельство заставит каждого в следующем туре изменить свой выбор, и тогда комбинация A_1B_1 даст исход, предпочитаемый обоими, что приведет обоих к сохранению выборов в следующем туре; это, в свою очередь, приведет к повторению и т.д., поскольку участники оказываются в устойчивой взаимовыгодной ситуации. <...>

Поведенческий контроль одного участника диады над другим имеет место в том случае, когда каждый из них не может полностью определить исход для другого, но имеет средства (в виде своих стратегий)

| | | |
|-------|-------|-------|
| | A_1 | A_2 |
| B_1 | +4 | -1 |
| B_2 | -1 | +2 |

| | | |
|-------|-------|-------|
| | A_1 | A_2 |
| B_1 | +1 | -2 |
| B_2 | -2 | -1 |

1
2

Рис. 3

влиять на эти исходы. Согласно Тибо и Келли, в ситуации поведенческого контроля исходы участника не изменяются как функция его поведения или поведения другого. Здесь для определения исхода каждого необходимо знать решения (выборы) обоих членов диады. Две приводимые ниже матрицы иллюстрируют ситуации взаимного поведенческого контроля (рис. 3).

В первой матрице, если A выберет A_1 , то он тем самым весьма повлияет на исход для B — для него уже исключена возможность исхода +4, он может иметь либо +2, либо -1. В этом и состоит поведенческий контроль, а лучше сказать, влияние A на B . Аналогично и B может влиять на исходы для A : если B выбирает B_2 , то для A исключается исход +4, и он может получить либо +2, либо -1. Чтобы более конкретно представить себе данную ситуацию, обычно приведенная матрица получает следующую условную содержательную интерпретацию. Муж (A) и жена (B) хотели бы вместе провести вечер, причем муж предпочитает, чтобы они вместе пошли в кино (A_1, B_1), а жена — чтобы они вместе пошли на концерт (A_2, B_2). Пойти порознь для них хуже, чем идти на нежелаемое, но вдвоем. Если оба отправляются в кино, то для A это хорошо (+4): он любит кино, да к тому же они идут вместе. Для B это сулит меньший исход (+2) — она не любит кино, но все-таки они идут туда вдвоем. Если A идет в кино, а B — на концерт, это испортит настроение обоим ($A = -1, B = -1$) — они не выносят разлуки. Если оба посещают концерт, это благоприятствует B (+4): она любит концерты, к тому же они вдвоем. Для A этот вариант несколько хуже (+2): ему не нравятся концерты, разве что они здесь оба. Если A на концерте, а B в кино, то они опять оказываются порознь, и это для них плохо ($A = -1, B = -1$).

Ясно, что в ситуации поведенческого контроля стратегии не приведут к стабильной взаимной выгоде до тех пор, пока один или оба участника не согласятся на исходы меньшие, чем наиболее желательные. Рассмотренная матрица относится к категории ситуаций торга. Здесь, как и в большинстве случаев торга, положение участников будет лучше, если они придут к согласию. Однако проблема как раз состоит в достижении соглашения. В нашем конкретном примере — это решение вопроса о

том, куда все-таки пойти вместе: муж (A) предпочитает, чтобы оба выбрали пойти в кино, а жена (B) будет предпочитать, чтобы оба они пошли на концерт.

Ситуация, представленная второй матрицей, в литературе по теории игр получила условное название «дилемма узника» (*prisoner's dilemma*). В содержательном плане ее иллюстрируют следующим образом.

Двух заключенных подозревают в совместном преступлении. Они помещены в отдельные камеры. Каждый из них имеет выбор — признаться или не признаться в совершенном преступлении. Узникам известно, что, если оба не признаются, их обоих освободят ($A = +1$, $B = +1$); если оба признаются, оба получают одинаковое незначительное наказание ($A = -1$, $B = -1$); если один признается в то время, как другой нет, признавшийся будет не только освобожден, но и вознагражден, а непризнавшийся получит суровое наказание; если A не признается, а B признается, то A сурово накажут ($A = -2$), B же получит не только свободу, но и вознаграждение ($B = +2$); если A признается, а B нет, то B будет серьезно наказан ($B = -2$) и A отпущен с наградой ($A = +2$).

Анализ матрицы показывает, что, выбирая признание, каждый участник может получить самое большое, на что он может рассчитывать в данной ситуации (+2), — понести наименьшую потерю из возможных (-2). Однако, если каждый участник выберет признание, оба окажутся в проигрыше ($A = -1$, $B = -1$).

Совершенно определенно, что в ситуации «дилемма узника» выбор участников зависит от того, насколько каждый из них уверен в мотивах другого, и от того, в какой мере каждый уверен, что другой ему доверяет.

«Дилемма узника», как и первая рассмотренная нами ситуация, служит примером взаимного поведенческого контроля членов диады. Но она далеко не только этим интересна. Экспериментально-лабораторное проигрывание ситуации «дилемма узника» стало в настоящее время темой целой ветви исследований в зарубежной социальной психологии. В этом русле работает достаточно много авторов. В частности, М. Дойч, А. Рапопорт использовали данную схему, изучая различные аспекты взаимодействия. <...>

Что касается подхода Тибо и Келли к взаимодействию, то он содержит еще целый ряд аспектов, выходящих за пределы освещенных здесь принципов. Однако для общей оценки их ориентации необходимо прежде всего сделать акцент на исходных предположениях этой позиции.

На наш взгляд, в качестве важнейшего упрека в адрес представленной позиции можно выдвинуть упрек в том, что авторы пытаются анализировать межличностный контакт как протекающий в вакууме, никак не связывая его с окружающим социальным контекстом. Имплицитно подразумевается, что сформулированный ими принцип построения меж-

личностных отношений является универсальным, вневременным. Однако в действительности авторам не удается элиминировать из своей теории реальный социальный контекст. <...>

Вряд ли правомерно подвергать сомнению идею Тибо и Келли о том, что социальное взаимодействие включает, предполагает взаимозависимость участников. Все дело в том, какой характер принимает взаимная зависимость. А это ближайшим образом определяется содержательными характеристиками социальной системы, в рамках которой протекает межличностное взаимодействие. Конечно, невозможно элиминировать вовсе из межличностных отношений соображения выгоды, полезности. Речь идет не об этом. Вопрос состоит в том, делает ли общий социальный контекст этот принцип основополагающим регулятором сферы межличностных отношений, определяющим всю «социальную психологию групп», или ему отводится иное, например гораздо более скромное, место. В рассмотренной теории авторы отражают, концептуализируют вполне определенную социальную, в том числе социально-психологическую, реальность, однако воспринимают ее по существу как единственно возможную и универсальную. С этим связана неправомерная универсализация вычлененного ими такого регулятора межличностных отношений, как принцип вознаграждения-издержек.

Что же касается оценки характера реализации авторами исходного принципа, то, несомненно, им удалось построить достаточно разветвленную систему представлений о природе межличностных отношений. Зарубежные авторы справедливо отмечают, что работа Тибо и Келли «Социальная психология групп» «содержит много проницательных суждений о процессах и детерминантах социального взаимодействия...». Однако все это касается преимущественно одной формы взаимодействия, а именно взаимодействия диадического. В социальной психологии пока является неоконченной дискуссия о том, может ли диада рассматриваться как ячейка, клеточка, содержащая в свернутом виде всю гамму возможных групповых взаимоотношений. Следовательно, вопрос о переносе на группу принципов, вычлененных в анализе диадического взаимодействия, нуждается в особом рассмотрении и обосновании.

Интересно отметить, что своеобразным «ограничителем» в данном случае оказалось и используемое авторами методическое подспорье в виде матрицы исходов. Плодотворность языка матрицы в изучении многих аспектов диады несомненна. Это показывают наряду с работой Тибо и Келли многочисленные в настоящее время другие исследования с использованием экспериментально конструируемых игр. Однако эмпирическое исследование группы, даже из четырех участников, с привлечением матрицы исходов уже весьма затруднено.

Еще один момент, обычно отмечаемый в качестве упрека позиции Тибо и Келли, также в определенной степени обусловлен обращением

авторов к теоретико-игровым представлениям. Дело в том, что «их теоретический анализ социального взаимодействия трактует его так, как если бы это было взаимодействие между личностями, которые преследуют свои интересы механистично, без всякой психологической реакции на осведомленность относительно того, что они думают друг о друге и как пытаются предсказать поведение друг друга. Их анализ часто обнаруживает допущение, что не делается различий между личностями и вещами, которые не могут сознавать самое себя и факт взаимодействия. Как следствие этого, их книга в большой степени игнорирует роль коммуникации в социальном взаимодействии, как если бы возможность обсудить проблемы не имела значения для социального поведения».

Весь приведенный перечень допущений, вызывающих неудовлетворение психолога, отчасти связан с использованием в анализе авторов языка матриц. Этот заимствованный из математической теории игр способ описания взаимодействия действительно предполагает участников, которые разумны, т.е. стремятся к максимальному выигрышу. Причем теория игр имеет в виду, что стороны разумны в равной мере. Предполагается, что ситуации, в которых принцип максимизации выигрышей нарушается, теория не рассматривает. Кроме того, из анализа, по сути, опускаются действия игроков в рефлексивном плане. Таким образом, допущения теории игр минимизируют психологические характеристики участников.

Можно указать также на большую трудность использования языка матриц для описания ситуации реального взаимодействия. Сложным делом оказывается и дать исчерпывающий перечень линий поведения участников (их стратегий), и численно представить исходы взаимодействия (выигрыши, платежи участников). В лабораторных экспериментах эти вопросы решаются сравнительно просто. В частности, исходы обычно выражаются в очках или деньгах. Но в этом случае во весь рост встает проблема отношения добытых в эксперименте сведений к реальным ситуациям.

В целом зарубежные авторы отмечают, что теория Тибо и Келли не получила «тотального подтверждения», и квалифицируют эмпирические исследования, проведенные в рамках данного подхода, как «умеренно поддерживающие». Особенно много исследований в русле гипотез Тибо и Келли посвящено изучению ситуации торга, что не случайно, ибо предлагаемая авторами матрица исходов как аналитическое средство наиболее адекватна именно данному классу ситуаций. У них же в работе обнаруживается неоправданная тенденция построить всю социальную психологию на этой достаточно узкой основе.

Н. В. Гришина

КОНФЛИКТНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ¹

<...>

Как можно выявить цели, преследуемые людьми в конфликтах? Ответить на этот вопрос означает получить существенное представление о детерминантах процессов, происходящих в конфликте.

Наша задача в какой-то мере облегчается тем, что в само понятие конфликта в качестве одного из признаков этого явления введено представление об активности, направленной на преодоление противоречия. Таким образом, в самом общем виде можно сказать, что целью людей в конфликте является изменение ситуации в благоприятную для себя сторону (идет ли речь о конфликте с другими или конфликте с самим собой): «сделать так, чтобы было по-моему», «принять решение» и т.д., Далее, поскольку конфликт предполагает взаимодействие сторон (независимо от того, реализуется ли оно в форме «борьбы» или диалога), то эта активность неизбежно направляется на «другую сторону». Следовательно, в явном или косвенном виде существуют цели, связанные с взаимодействием друг на друга («договориться», «взять верх» и т.д.).

<...> Целевая структура конфликтной ситуации, исходя из нашей позиции, должна описываться в трех основных измерениях:

1. Цели участников конфликтной ситуации, связанные с предметной стороной конфликта, за которыми стоят мотивы получения желаемого результата.
2. Цели участников конфликта, связанные с социальными аспектами конфликта (их взаимоотношениями друг с другом).
3. Цели участников конфликта, связанные с психологической потребностью в обосновании своей позиции/действий для себя и/или для других.

Следует оговорить, что целевая природа ситуации не обязательно проявляется в целенаправленном поведении ее участников. Удачным примером, на наш взгляд, является такая типичная ситуация повседневной жизни, как «провести вечер дома»: за ней может не стоять конкретное целенаправленное поведение участников, что не означает отсутствия целей у самой ситуации.<...>

Предметная сторона конфликта связана с той конкретной зоной противоречия, которые существуют между участниками ситуации. Со-

¹ *Гришина Н. В.* Конфликтное взаимодействие // *Н. В. Гришина.* Психология конфликта. СПб.: Питер, 2005. С. 209–278.

ответственно, их действия будут ориентированы на достижение результата, желательного для каждой из сторон.

Социальный аспект конфликта описывается через характер отношений участников ситуации и их эмоциональных установок относительно друг друга. Именно с эмоциональными аспектами конфликта и отношениями его участников связано часто встречающееся в литературе представление об «издержках», «цене», которую стороны готовы «заплатить» за достижение желаемого результата. Например, они могут стремиться добиваться своего, не принимая во внимание возможную негативную реакцию партнера и негативные последствия для их отношений (как здесь и теперь, так и в отдаленной перспективе). Напротив, усилия сторон (или одной из них) могут быть ограничены желанием сохранить отношения на приемлемом уровне и не «платить» за свои действия слишком высокую «цену». Таким образом, эмоциональные аспекты конфликта, ограничивая или не ограничивая действия участников в предметной сфере, могут выполнять своего рода корректирующую функцию.

В рамках эмоционального измерения конфликта могут существовать и самостоятельные цели участников взаимодействия, связанные с потребностями воздействия на партнера. Например, выражение враждебности по отношению к партнеру или стремление его «наказать» может стать доминантой конфликта, когда последний перестает быть способом решения проблемы и становится самоцелью (т.е. в терминах социологии смещается от реалистической разновидности конфликтов к нереалистической).

<...>

В определенном смысле конфликтная ситуация содержит в себе парадокс. С одной стороны, в конфликте изначально присутствует оправдание своей позиции и своих действий («смысла для себя»): каждый из участников конфликта уверен в своей правоте, он делает «правильно», а партнер — «неправильно» (даже если обнаруживается готовность признать собственную неправоту в частностях, то все равно он «более прав», чем партнер). С другой стороны, конфликтная ситуация «по определению» содержит в себе множественность (или как минимум двойственность) альтернатив: само противодействие сторон направлено на то, чтобы добиться от партнера желаемых действий, желаемого поведения. Таким образом, заведомо предполагается возможность другого, «ожидаемого» поведения партнера. Поскольку партнер, в свою очередь, имеет аналогичные ожидания, возникает рассогласование: смысл позиции «для себя» не тождественен смыслу позиции «для других».

Именно возможность неоднозначной интерпретации противоречия между участниками конфликта усиливает у них мотив «быть понятым», а если речь идет об окружающих, то, следовательно, и быть поддержанным (реальными действиями или сопереживанием). Она заставляет человека стремиться к обоснованию своих действий в глазах окружающих,

причем тем сильнее, чем более он осознает возможность неоднозначной интерпретации своего поведения. Это обоснование может приобретать форму реальных действий, связанных с обсуждением и «объяснением» окружающим сложившейся ситуации, своих действий и действий партнера. <...>

Таким образом, понимание поведения человека в конфликтной ситуации требует не только обращения к целям, связанным с предметом конфликта или с отношением к партнеру, но и учета таких мотивов, как «быть справедливым», «сохранить лицо», «оказаться правым».

<...>

Развитие конфликта также зависит от соотношения целей его участников. Допустим, в отношении предмета разногласий участники конфликта стремятся к одностороннему преимуществу (хотят выиграть), готовы к приоритетным достижениям партнера (уступить) или реализации (полной или частичной) интересов обоих («на равных»). Казалось бы, наиболее сложный конфликт возникает тогда, когда оба участника ориентированы исключительно на собственный «выигрыш», а если один из них готов уступить, то проблема устранена. Однако не будем забывать, что мы говорим о психологических конфликтах, где человек бывает готов пойти навстречу партнеру, если тот, в свою очередь, признает собственную неправоту, выслушает очередную «нотацию» и т.д.

Таким образом, цели участников конфликта, хотя и являются весьма важным регулятором их поведения, еще не определяют однозначно характер их взаимодействия в конфликте, выбор стратегий и тактик поведения, становящихся результатом действия сложной системы факторов.

Стратегии и тактики взаимодействия

<...> Напомним, что традиционные стратегии поведения, избираемые участниками конфликта, различаются в зависимости от их ориентации на достижение своих собственных целей и/или ориентации на цели партнера. Эти стратегии можно считать признанными большинством конфликтологов, хотя разные авторы описывают их в различных терминах:

- 1) доминирование (конкуренция, соперничество, борьба, напористость);
- 2) уход (избегание, игнорирование);
- 3) уступчивость (иногда обозначается как приспособление);
- 4) сотрудничество (кооперация, интеграция).

К этому часто добавляют еще одну стратегию, хотя многими она рассматривается также и как вариант сотрудничества:

- 5) компромисс.



Рис. 1. Стратегии поведения в конфликте по К. Томасу

Широко известен рисунок К. Томаса, создателя теста по выявлению присущих человеку тенденций поведения в конфликте, иллюстрирующий эти стратегии. Они располагаются на рисунке в зависимости от степени ориентации участников ситуации на свои собственные интересы и интересы партнера.

Стратегии поведения, избираемые участниками конфликта, имеют решающее значение для его последующего развития, а зачастую и для конечного результата, исхода конфликта. <...>

Процесс и виды воздействия

Предметом внимания конфликтологов являются в основном два варианта взаимодействия в конфликте — конкурентное, направленное на достижение собственных целей за счет партнера, и кооперативное, основанное на попытках договориться. Каким образом реализуются эти стратегии?

В любом случае процесс взаимодействия в конфликте представляет собой серию взаимонаправленных, обоюдных интеракций, в ходе которых участники конфликта либо пытаются оказать одностороннее влияние на другую сторону, либо строят свое общение таким образом, что сами оказываются открыты влиянию партнера, поддерживая с ним диалог. Результат этого диалога может быть заранее неизвестен им обоим и рождается в ходе общения и совместного поиска.

Объектом воздействия (влияния) становятся мотивы партнера, его ценности, представления о сложившейся ситуации, его эмоциональные состояния и т.д.

<...>

Техники «борьбы»

Сравнивая диалог и давление на партнера как способы преодоления противоречий, следует заметить, что возможные различия между ними связаны с тем, что хотя в любом случае партнеры стремятся оказать влия-

ние друг на друга, но в случае «борьбы» участники конфликта фактически не признают право другого на непринятие этого влияния и не стесняются в средствах своего воздействия друг на друга.<...>

Проблемы «силового» воздействия на партнера не прошли мимо внимания психологов. На основании анализа литературы Э. А. Орлова и Л. Б. Филонов выделяют такие специфические механизмы влияния в конфликтной ситуации, как демонстрация усиления собственных ресурсов; выжидание, удержание предыдущего состояния (включая некоторые уступки); риск; принуждение; ложные маневры, дезинформация. Н. М. Коряк предлагает различать два типа приемов психологического давления. Во-первых, это приемы использования в своих целях мотивов оппонента, например таких, как материальная заинтересованность, мотивы продвижения по службе и т.д. Психологическое давление на партнера связано с созданием для него ситуации выбора между достижением его целей в конфликте и удовлетворением мотивов. Такое давление может оказывать руководитель на подчиненного, муж на жену и т.д. Второй тип приемов основан на создании угрозы Я-концепции оппонента, его представлением о себе. Психологическое давление осуществляется путем манипулирования чувством страха (например, страх оказаться в глупом или унижительном положении), чувством неуверенности в себе, вины и т.д.

Проводившиеся нами эмпирические исследования, анализ конкретных ситуаций в трудовых коллективах, где возникало противостояние администрации и работника, чье поведение расценивалось как деструктивное, дезорганизующее или по меньшей мере нежелательное, позволяют нам проиллюстрировать некоторые используемые приемы «силового» воздействия на работника.

Среди наиболее часто и типично использовавшихся был выделен, например, такой прием, как своеобразная «психологическая редукция», сведение возникшей конфликтной ситуации к «плохому характеру» участника (или участников) конфликта. Работник жалуется на плохую организацию труда или несправедливость руководителя, а его обвиняют в «скандальности». С помощью этого приема занятая человеком позиция интерпретируется как следствие тех или иных его личностных особенностей и тем самым обесценивается. При этом ему наносится «эмоциональный удар», нередко вынуждающий его занять позицию защиты и оправдания себя.

Другой прием, механизм которого хорошо известен в социальной психологии, — это «привязывание» неустраивающего поведения работника к интересам группы, состоящее в противопоставлении интересов отдельной личности и группы в целом. В этом случае возникает потенциальная возможность давления на человека со стороны группы.

Еще один прием ослабления позиции партнера — это обвинение его в преследовании «узколичных» или просто «личных» интересов.

<...> Следующий прием ослабления позиции партнера — это его компрометация, причем какие бы зоны ни затрагивались, она в целом способствует снижению доверия к человеку, что в конечном счете ослабляет его позицию.

Кроме упомянутых приемов воздействия на «конфликтующего» мы сталкивались и с другими тактиками «силового» воздействия на человека («заставь врасплах», «найти уязвимые места у партнера и воспользоваться его слабостью», наконец, использование угроз и других способов наиболее грубого давления). Все они, однако, связаны с применением «силы», направлены на то, чтобы «подавить» партнера.

<...> Типичными деструктивными приемами воздействия на партнера в конфликтной ситуации является использование угроз, «эмоциональных ударов» (унижения, оскорбления в адрес «противника»), ссылка на авторитет (или, напротив, его отрицание), уклонение от обсуждения проблемы, лесть и т.д.

<...>

Приемы конструктивного взаимодействия

<...> Приемы конструктивного взаимодействия в конфликте менее очевидны, сколь бы парадоксальным это ни казалось.

В качестве примера фундаментальных исследований в этой области можно привести работы Ф. ван Еемерена и Р. Гроотендорста. Согласно их точке зрения, «каждый речевой акт имеет своей целью коммуникативный эффект, предполагающий понимание сказанного со стороны слушающего, и интеракциональный эффект, достижение которого означает, что слушающий примет речевой акт или определенным образомотреагирует на него»; тем самым «каждый речевой акт накладывает на человека, который его совершил, определенные обязательства». «Общий Принцип Коммуникации», обеспечивающий, по мнению авторов, всю вербальную коммуникацию, звучит следующим образом: «Будь ясным, честным, эффективным и точным», что подразумевает соблюдение следующих принципов: 1) «Не совершай непонятных речевых актов»; 2) «Не совершай неискренних речевых актов»; 3) «Не совершай избыточных речевых актов»; 4) «Не совершай бессмысленных речевых актов»; 5) «Не совершай речевых актов, которые не связаны соответствующим образом с предшествующими речевыми актами». Кроме того, из этих общих постулатов авторы выводят конкретные правила аргументативной дискуссии, являющейся, по их мнению, речевой коммуникацией, цель которой — содействовать разрешению спора, или конфликта во мнениях. Всего авторами сформулированы 10 правил дискуссии, а также описаны типичные ошибки, возникающие в связи с их нарушениями.

Одно из наиболее известных описаний приемов взаимодействия — это правила ведения конструктивного спора по С. Кратохвилу, включа-

ющие описания позитивных и деструктивных приемов вербальной коммуникации в конфликтной ситуации.

Конструктивный спор по Кратохвилу

| Стиль спора | | |
|------------------------|--|--|
| | + | - |
| 1. Конкретность | В споре имеется предмет, нападение или защита сводится к конкретному поведению «здесь-и-теперь» | Обобщение: поведение называется «типичным», ссылка на события прошедшие или не имеющие отношения к делу |
| 2. Вовлеченность | Оба увлечены, наносят и получают сильные «удары» | Один из участников не задействован, находится в стороне от спора, оскорбляется, прекращает спор преждевременно и т.д. |
| 3. Коммуникация | Ясная, открытая, каждый говорит за себя, думает то, что говорит; его можно понять и ответить ему; хорошая «обратная связь» | Слишком частое повторение своих доводов и невнимание к доводам другого; скрытые признаки непонимания, намеки, неясности, «шум» |
| 4. «Честная игра» | Не допускаются «удары ниже пояса», и принимается во внимание, сколько может вынести партнер | Аргументы не относятся к предмету спора, но нацелены в чувствительное место |
| Результат спора | | |
| | + | - |
| 1. Информативность | Что-то узнал или получил, научился чему-то новому | Не узнал ничего нового. |
| 2. Отреагирование | Исчезла напряженность, уменьшилось озлобление, выяснены претензии | Напряжение не исчезло, а осталось или усилилось |
| 3. Сближение | Спор привел к взаимопониманию и сближению партнеров. Есть ощущение, что это их касается, что так и должно быть. Сохраняют свое достоинство | Партнеры более отдалены, чем прежде. Ощущение, что они не поняты или сильно обижены |
| 4. Улучшение | Устранение проблемы, разрешение ситуации, оправдания, извинения, планы на будущее | Ничего не решено, участник не старается ничего исправить или оставляет это другому и не хочет его простить |

Наиболее распространенными приемами ведения обсуждения и предъявления своей позиции являются приемы аргументации и контраргументации. К техникам аргументации обычно относят предъявление аргументов, развертывание аргументов и метод положительных ответов, а к техникам контраргументации — «перелицовку» аргументов партнера, их расчленение и встречное развертывание аргументации. Например, метод положительных ответов предполагает постановку конкретных вопросов, с помощью которых по каждому отдельному пункту достигается согласие оппонента и тем самым оба партнера постепенно приходят к одному выводу; метод перелицовки направлен на подведение партнера к противоположным выводам с помощью постепенного прослеживания решения проблемы вместе с ним; метод расчленения предполагает конкретизацию и разделение аргументов партнера с их последующей проработкой и т.д.

В эффективной реализации конфронтации Сидоренко различает следующие стадии: сообщение о своих чувствах, вызванных действиями партнера; усиление послания (в случае неэффективности первой попытки); выражение пожелания или просьбы; назначение санкций; реализация санкций.

Психологическое противостояние, помимо конфронтации, контраргументации, конструктивной критики, включает в себя приемы «психологической самообороны» и др. К техникам психологической самозащиты автор относит «технику бесконечного уточнения», «технику внешнего согласия» и «технику испорченной пластинки», когда участник общения в ответ на не устраивающие его действия партнера задает уточняющие вопросы, соглашается, не меняя своей позиции, повторяет одно и то же и т.д. <...>

Модели развития межличностной конфликтной ситуации

<...> Анализ многочисленных конфликтов позволил нам эмпирическим путем прийти к выделению трех моделей развития конфликта, которые являются обобщением ранее развитых представлений о возникновении конфликтов и конфликтном взаимодействии.

Вкратце напомним о наших рассуждениях. Восприятие и интерпретация ситуации становятся основой ее «определения», которое, в свою очередь, «задает» выбор способа реагирования человека на ситуацию.

Конфликтное взаимодействие развивается на фоне определенного ситуационного контекста, включающего, как отмечалось ранее, общий кооперативный или конкурентный характер взаимодействия сторон, условия протекания конфликта, «наличие «третьих сил», способствующих усилению или ослаблению конфликта, и др., а также прежний опыт взаимодействия сторон. <...>

Важнейшим фактором, определяющим установку человека на тот или иной тип взаимодействия с партнером в конфликте, является прежний опыт их отношений. <...>

Можно выделить три принципиальных типа прежних отношений сторон. Представим себе первый конфликт — семейную пару или пару друзей, история взаимоотношений которых позволяет говорить о позитивном опыте отношений. Между ними либо фактически не было серьезных разногласий, либо эти разногласия успешно преодолевались. Этот позитивный опыт позволяет им рассчитывать на то, что и в новой ситуации противоречий они найдут общий язык и договорятся.

Для участников второго конфликта характерно то, что им не всегда удавалось достичь соглашения и полностью преодолевать возникавшие противоречия. Этот опыт зафиксирован в укрепившихся у них представлениях, что они не всегда находят общий язык. Когда мы говорим о своих отношениях с кем-то: «Мы не всегда понимаем друг друга», или «Мы по-разному смотрим на многие вещи», или даже «Мы разные люди», мы фактически обозначаем этими словесными формулами именно свой непреодоленный опыт разногласий с этим человеком.

Наконец, третий возможный вариант — это ситуация, когда прежние отношения сторон включают не только опыт непреодоленных разногласий, но и опыт негативного эмоционального взаимодействия: в прежних конфликтных ситуациях они не только не понимали друг друга, но это непонимание сопровождалось негативными эмоциями, неприязнью или враждебностью.

Если спросить участников конфликта, каков их прогноз относительно новой ситуации возникших между ними разногласий, то в их ответах отразится опыт их прежних отношений. Например, этот вопрос можно задать в такой форме: «Как вы считаете, вам удастся найти общий язык, как-то договориться в этой ситуации?» В первом случае мы получим утвердительный ответ: «Думаю, что да», «Всегда можно договориться, если хочешь» и т.д. Во втором случае опыт прежних недоговоренностей не дает такой уверенности, участники конфликта часто уже не могут сказать «да», но не хотят говорить «нет» и потому в основном отвечают уклончиво: «Не знаю», «Трудно сказать» и т.д. Если же их отношения отягощены и негативным эмоциональным взаимодействием, то это проявляется в их ответах новым эмоциональным противостоянием и часто не возможностью, но нежеланием договариваться: «Да не хочу я с ним вообще ни о чем договариваться» или «С ним вообще невозможно договаривать».

Таким образом, опыт прежних отношений участников конфликта актуализируется в разных типах их установок относительно новой ситуации их разногласий:

- позитивная установка на достижение договоренностей;
- неопределенная установка, связанная с отсутствием уверенности в возможности договоренностей;
- нежелание договариваться, актуализация негативных эмоций.

Установки участников конфликта, в свою очередь, начинают определять характеристики их взаимодействия.

Установка на взаимодействие:

- позитивная установка на достижение договоренностей;
- неопределенная установка, связанная с отсутствием уверенности в возможности договоренностей;
- негативная установка, связанная с нежеланием договариваться и актуализацией негативных эмоций.

<...> Что будет целью участников конфликта в первом случае? Договориться, но не просто договориться, а прийти к взаимопониманию. Например, если в результате происшедшего между ними обсуждения один из них идет на уступки и говорит: «Ну, хорошо, я согласен, пусть будет так, как ты хочешь», то он может услышать в ответ: «Нет, подожди, я хочу, чтобы ты меня понял». В этих словах звучит: мне мало, чтобы было по-моему, я хочу, чтобы ты понял меня, потому что именно в этом случае я могу быть уверен, что это недоразумение между нами пройдет бесследно, не будет иметь негативных последствий.

Могут ли на это рассчитывать участники второго конфликта? Им уже приходилось оказываться в ситуациях, когда не удавалось достичь согласия, и нет уверенности, что они смогут сделать это в данном случае. Поэтому их целью скорее будет просто решить проблему, но не обязательно при этом понимать друг друга или приходиться к согласию. Реальность указанных различий можно проиллюстрировать следующим высказыванием одного из участников конфликта: «Не надо меня уговаривать, и я не собираюсь вас убеждать, у вас своя точка зрения, а у меня своя, давайте как-то решать проблему».

Целью участников третьего конфликта может стать стремление победить. Их прошлые конфликты, недоговоренности, связанные с ними негативные чувства и их актуализация в новой ситуации приводят к желанию доказать свое, «поставить на место», одержать верх. Эмоциональное отношение участников конфликта к происходящему часто является симптомом того, что идет борьба «за прошлое».

Соответственно этой цели различается и *восприятие другого участника конфликта*. Если нам надо договориться, понять друг друга и мы допускаем такую возможность, то мы испытываем к партнеру вполне позитивные и даже дружеские чувства. Если мы стремимся «победить», «взять верх», то другой превращается в «противника». По-видимому, менее определенно очерчены наши отношения в том случае, когда мы уже не можем рассчитывать на взаимопонимание, но еще не хотим «воевать» друг с другом. Мы не испытываем друг к другу ни дружеских, ни враждебных чувств, но должны вместе преодолеть возникшую проблему. <...>

Казалось бы, *предмет разногласий* является достаточно устойчивым компонентом конфликтной ситуации. Однако объем рассогласований

может изменяться в зависимости от характера отношений с партнером. Так, если участников конфликта в целом связывает позитивный опыт отношений, то, как правило, они ограничивают зону своих разногласий тем конкретным предметом, который и связан с данной ситуацией. Если в прошлом участники конфликта отмечали наличие взаимных разногласий, которые не преодолевались, а «консервировались» в виде зоны несогласия, то новый предмет их спора может восприниматься как часть более широкого пространства несовпадения представлений. Тем самым зона их разногласий может субъективно расширяться, даже если ее признание не носит явного, открытого характера. Это усиливает их неуверенность в возможности легкого достижения договоренности. При более сложном характере отношений реальная зона расхождений между участниками конфликта является фактически неопределенной, при этом нередко обнаруживается тенденция к ее субъективному расширению. Это означает, что участники конфликта подчас затрудняются четко определить, с чем они не согласны, однако склонны преувеличивать существующие разногласия («Мы абсолютно разные люди», «У нас мало общего»). Это связано с тем, что отношения между оппонентами принимают форму взаимного неприятия, любой их контакт или предмет обсуждения может стать источником дополнительной напряженности.

В зависимости от того, как человек воспринимает противостоящую сторону в конфликте, развивается и само *взаимодействие*. Если, например, воспользоваться традиционным представлением о формальных и неформальных компонентах взаимодействия, понимая под первыми обязательные элементы, относящиеся к основам взаимодействия сторон, а под вторыми — «свободные» дополнения, возникающие в результате отношений сторон, то взаимодействие участников разных конфликтов будет выглядеть следующим образом.

Когда «другой» воспринимается как партнер, понимание которого представляется возможным и, более того, является целью взаимодействия, отношение партнеров друг к другу, естественно, включает не только формальные, «вынужденные» компоненты, но и позитивные неформальные проявления, направленные на поддержание дружеских отношений. «Противник», с которым «все средства хороши», также побуждает к неформальному, «личностному» отношению к себе, однако знак этого отношения меняется на противоположный: по личности партнера наносятся «удары», используются аргументы, задевающие его достоинство, открыто демонстрируется враждебность.

Более сложно складывается взаимодействие «оппонентов». Для их отношений характерна формализация, ограничение общения обязательным принятым минимумом. В служебных отношениях партнеры переходят к откровенно официальному характеру взаимодействия. Даже если для их общения прежде были характерны дружеские проявления, теперь они подчеркнута официально, корректны, предпочитают следование формаль-

ным правилам, исключают из общения все неформальное, спонтанное. <...>

Соответственно разным типам взаимодействия различаются и *средства воздействия*, используемые участниками конфликта по отношению друг к другу. Поскольку участники первого конфликта сохраняют в своем общении позитивные неформальные компоненты, то и в воздействии друг на друга они опираются на позитивные неформальные способы — аргументацию, убеждение, объяснение, просьбу. Те же, кто превращает свое общение в формально-ролевое взаимодействие, вынуждены опираться в способах преодоления возникших разногласий на формальные возможности. В деловом конфликте это звучит как апелляция к официально принятым способам решения проблем: «Я вижу, что нам не договориться, поэтому считайте, что это приказ», «Раз нам с вами не найти общего языка, пусть решает начальство (коллектив)».

В семейной ситуации также существуют принятые способы решения проблем, разделение полномочий, отдельные зоны ответственности и т.д. Например, когда жена передает мужу просьбу его матери, предполагающую «мужскую» помощь, он отвечает: «Хорошо, я решу эту проблему», но не вступает в обсуждение с женой, как это лучше сделать. Напротив, услышав о затруднениях сына в школе, раздраженно говорит жене: «Ты же у нас занимаешься школой, вот сходи туда и разберись». «Противники» не стесняются в выборе средств воздействия друг на друга: стремление «победить» провоцирует их на использование давления, принуждения, нанесение эмоциональных ударов по «больным местам», задевающих личность партнера. Возникающие при этом отношения принимают такие формы, что противостояние, борьба становится для участников конфликта самоцелью, а желание «одержать верх», «поставить на место», оказывается важнее «цены», которую при этом приходится платить: «плата» — это разрушение отношений сторон. <...> В «норме» разногласия между людьми могут постепенно приводить к возникновению между ними взаимного недовольства, неприязни и даже враждебности, но при сильном психологическом антагонизме сторон начинает происходить обратное: если один говорит «белое», то другой обязательно скажет «черное», потому что они в принципе уже не хотят и не могут прийти к соглашению.

Предложенное описание типов конфликтного взаимодействия представляет собой эмпирическую типологию, основанную на обобщении результатов анализа конкретных конфликтов к практике работы с ними. Оказывается, что характеристики каждой из моделей развития конфликта связаны некоторой внутренней логикой, которая позволяет отнести их к определенному типу конфликтного взаимодействия. Основанием для предложенной типологии являются виды взаимодействия в конфликтных ситуациях, различающиеся по параметру «цели—средства».

Сотрудничество представляет собой такой тип взаимодействия в конфликтной ситуации, при котором его участники стремятся к разре-

шению возникших между ними противоречий, ориентируясь при этом на сохранение позитивных отношений и опираясь на них в процессе взаимодействия.

Сотрудничество развивается на основе прежнего позитивного опыта участников конфликта, основанного либо на отсутствии разногласий в прошлом, либо на их успешном преодолении и связанного с успешным взаимодействием людей.

Общение при сотрудничестве характеризуется следующими особенностями: в общении сохраняются неформальные компоненты, которые используются участниками для поддержания отношений; «противостоящая сторона» воспринимается как партнер; главным способом воздействия партнеров друг на друга являются поиск решения, удовлетворяющего обе стороны, попытки убеждения, аргументация и т.д. <...> Исходя из перечисленных характеристик конфликта, используемые партнерами стратегии разрешения конфликта могут быть определены как ДИАЛОГ.

Кооперация в данном контексте означает такой тип взаимодействия, участники которого стремятся к разрешению возникших между ними противоречий, независимо от фактора взаимоотношений между ними, опираясь на формальные возможности решения проблемы (существующий порядок, предписания, нормы и т.д.).

При кооперации из взаимодействия исключаются неформальные компоненты, противостоящая сторона воспринимается как оппонент, воздействие участников ситуации друг на друга осуществляется в формальных рамках (не убеждение, но апелляция к законам, к власти, к нормам).

Кооперация с ее преимущественной ориентацией на решение проблемы, т.е. не на то, чтобы «договориться», но, опираясь на формальные установления, прийти к удовлетворительному решению, развивается на основе опыта прежних разногласий, которые не были успешно преодолены и закрепились у участников ситуации в виде опыта «недоговоренности». Стратегия, направленная скорее на достижение формальных решений и оставляющая нерешенными проблемы их отношений, может быть обозначена как УХОД.

Конкуренция — это такой тип взаимодействия в конфликтной ситуации, при котором участники не стремятся к разрешению существующих между ними противоречий. Целью их взаимодействия становится «победа» над противостоящей стороной, для чего применяются разнообразные средства, используемые при «борьбе с противником».

Конкуренция связана с опытом негативного взаимодействия, включавшего негативные эмоциональные компоненты — неприязнь, враждебность и т.д., актуализирующиеся в новой ситуации и превращающие ее в новый этап «борьбы» между индивидами.

При конкуренции неформальные компоненты — выход за рамки формального общения — присутствуют, но «с отрицательным знаком», так как выполняют функцию не поддержания отношений, но проявле-

ния враждебности; противостоящая сторона воспринимается как «противник»; используемые средства воздействия участников конфликта друг на друга подчинены цели «победить». Перечисленные признаки соответствуют такому типу взаимодействия, которое ранее было определено нами как **БОРЬБА**. <...>

Развитые выше соображения нашли практическое развитие в предложенной нами модели психологического посредничества как формы практической работы психолога по разрешению межличностных конфликтов.

Модели развития конфликта

| | | | |
|--|--|---|---|
| Прежний опыт взаимодействия участников конфликта | Позитивный опыт отсутствия разногласий или их успешного преодоления | Опыт непреодоленных разногласий и «недоговоренности» | Опыт непреодоленных разногласий и негативного эмоционального взаимодействия |
| ↓ | ↓ | ↓ | ↓ |
| Отношение к новой ситуации | Уверенность в возможности договоренности, стремление к поиску взаимопонимания | Отсутствие уверенности в возможности договориться, поиск формального выхода из ситуации | Нежелание договариваться, актуализация негативных чувств |
| ↓ | ↓ | ↓ | ↓ |
| Параметры взаимодействия | | | |
| Цель | Договориться | Решить проблему | «Победить» |
| Неформальные компоненты в общении | Позитивные неформальные компоненты | «Формализация общения» | Негативные неформальные компоненты |
| Восприятие противостоящей силы | Партнер | Оппонент | Противник |
| Средства воздействия | Использование неформальных компонентов — убеждения, аргументации, попытки договориться | Использование формальных компонентов, апелляция к формальному порядку | Использование средств борьбы — силовое давление, эмоциональные удары, «ловушки» |
| ↓ | ↓ | ↓ | ↓ |
| Тип взаимодействия | Сотрудничество | Кооперация | Конкуренция |

Л. А. Петровская

О ПОНЯТИЙНОЙ СХЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА КОНФЛИКТА¹

<...> *Структура конфликта.* Анализируя структуру конфликта, можно выделить следующие основные понятия: стороны (участники) конфликта, условия протекания конфликта, образы конфликтной ситуации, возможные действия участников конфликта, исходы конфликтных действий. Рассмотрим перечисленные понятия по порядку.

Стороны конфликта. Участниками, или сторонами, конфликта могут быть отдельные индивиды, социальные группы и организации, государства, коалиции государств и так далее. С точки зрения специальных интересов социальной психологии, исследующей внутриличностные (интраперсональные), межличностные (интерперсональные) и межгрупповые (интергрупповые) конфликты, наиболее типичными сторонами конфликта являются, по-видимому, отдельные аспекты личности, сами личности и социальные группы. В плане такой классификации сторон возможны конфликты типа: аспект личности — аспект личности, личность — личность, личность — группа, группа — группа. Участники конфликта характеризуются, вообще говоря, широким набором существенных в том или ином отношении признаков. В социально-психологическом отношении участники конфликта характеризуются в первую очередь мотивами, целями, ценностями, установками и пр.

Условия протекания конфликта. Помимо характеристик участников конфликт существенно зависит от внешнего контекста, в котором он возникает и развивается. Важной составной частью этого контекста выступает социально-психологическая среда, представленная обычно различными социальными группами с их специфической структурой, динамикой, нормами, ценностями и т.д. При этом важно подчеркнуть, что социально-групповую среду необходимо понимать достаточно широко, не ограничиваясь лишь ближайшим окружением личности. <...> Без учета влияния этого более широкого контекста невозможно понять содержательную сторону мотивов, ценностей, норм и других социально-психологических аспектов социальных процессов вообще и конфликта в частности.

Образы конфликтной ситуации. Характеристики участников конфликта и особенности условий его протекания определяют конфликтное

¹ Петровская Л. А. О понятийной схеме социально-психологического анализа конфликта // Теоретические и методологические проблемы социальной психологии. М., 1977. С. 126–143.

поведение сторон. Однако указанное определяющее влияние никогда не осуществляется непосредственно. Опосредствующим звеном выступают идеальные картины, образы конфликтной ситуации, имеющиеся у каждого из участников конфликта. Эти внутренние картины ситуации включают представления участников о самих себе (своих мотивах, целях, ценностях, возможностях и т.п.), представление о противостоящих сторонах (их мотивах, целях, ценностях, возможностях и т.п.) и представление о среде, в которой складываются конфликтные отношения. Именно эти образы, идеальные картины конфликтной ситуации, а не сама реальность являются непосредственной детерминантой конфликтного поведения участников. <...>

Возможные действия участников конфликта. Образы конфликтной ситуации, имеющиеся у ее участников, определяют набор возможных действий, предпринимаемых сторонами. Поскольку действия противостоящих сторон в большой степени влияют друг на друга, взаимообуславливаются, в любом конфликте они приобретают характер взаимодействия. <...> Существенно отметить, что помимо своей непосредственной функции, например способствовать достижению своих целей, препятствовать достижению целей противостоящей стороны и т.п., действия включают также моменты общения сторон и играют в этой связи важную информационную функцию.<...>

Исходы конфликтных действий. Исходы (или, иными словами, последствия, результаты конфликтных действий) не представляют собой нечто, лежащее за пределами самого конфликта. Напротив, они органично вплетены в самый конфликт. Во-первых, они включаются в конфликт на идеальном уровне: участники конфликта с самого начала имеют некоторый образ возможных исходов и в соответствии с этим образом выбирают свое поведение. Не менее существенно, однако, что и сами реальные последствия конфликтных действий оказываются составным элементом процесса конфликтного взаимодействия. Как правило, в конфликте действия предпринимаются по частям и поэтому перемежаются с их результатами. Осознание этих результатов, коррекция участниками своих представлений о конфликтной ситуации на основе такого осознания — важный момент конфликтного взаимодействия.

Динамика конфликта. Всякий реальный конфликт представляет собой процесс. Рассмотрение конфликта в динамике предполагает вычленение стадий конфликта. К их числу можно отнести следующие: а) возникновение объективной конфликтной ситуации; б) осознание объективной конфликтной ситуации; в) переход к конфликтному поведению; г) разрешение конфликта.

Возникновение объективной конфликтной ситуации. В большинстве случаев конфликт порождается определенной объективной конфликтной ситуацией. Существо последней в общем и схематичном виде мож-

но представить следующим образом. Стороны *А* и *Б* оказываются участниками объективной конфликтной ситуации, если стремление стороны *А* к достижению некоторого желаемого для нее состояния *С* объективно препятствует достижению стороной *Б* некоторого желаемого для нее состояния *Д*. И наоборот. В частных случаях *С* и *Д* могут совпадать. Это, например, имеет место, когда оба участника, *А* и *Б*, стремятся к одной и той же цели, но при этом достижение этой цели одним из них исключает достижение ее другим. Кроме того, *А* и *Б* могут оказаться сторонами одной и той же личности, в этом случае мы имеем дело с внутриличностным конфликтом. <...>

Осознание объективной конфликтной ситуации. Чтобы конфликт стал реальным, участники его должны осознать сложившуюся ситуацию как конфликтную. Именно восприятие, понимание реальности как конфликтной порождает конфликтное поведение. Обычно понимание ситуации в качестве конфликтной является результатом осмысления реально сложившегося объективного противоречия интересов, стремлений. Однако нередко конфликтность образов возникает в случае, когда объективная основа конфликта отсутствует. Более детально возможны следующие варианты отношений между идеальными картинками и реальностью:

1. Объективная конфликтная ситуация существует, и стороны считают, что структура их целей, интересов конфликтна, и правильно понимают существо реального конфликта, т.е. правильно оценивают себя, друг друга и ситуацию в целом. В этом случае перед нами адекватно понятый конфликт.
2. Объективная конфликтная ситуация существует, и стороны воспринимают ситуацию как конфликтную, однако с теми или иными существенными отклонениями от действительности. Это случай неадекватно понятого конфликта.
3. Объективная конфликтная ситуация существует, но она не осознается сторонами. В этом случае мы по сути не имеем дело с конфликтом как социально-психологическим явлением, поскольку психологически он не существует для сторон и они конфликтным образом не взаимодействуют.
4. Объективная конфликтная ситуация отсутствует, но тем не менее отношения сторон ошибочно воспринимаются ими как конфликтные. В этом случае мы имеем дело с так называемым ложным конфликтом.
5. Конфликтность отсутствует и объективно, и на уровне осознания.

Для социально-психологического анализа, по-видимому, особенно интересны случаи неадекватно понятого и ложного конфликта. Поскольку именно внутренняя картина ситуации, имеющаяся у участников, определяет их непосредственное поведение в конфликте, важно тщательно исследовать, с одной стороны, факторы, определяющие ее отклоне-

ние от реальности (например, уровень информированности участников, структура их коммуникаций и т.д.), и, с другой, механизм влияния самих этих отклонений на течение конфликта (его продолжительность, интенсивность, характер разрешения и т.п.).

Кроме того, осознание ситуации как конфликтной всегда сопровождается эмоциональным окрашиванием. Возникающие эмоциональные состояния оказываются включенными в динамику любого конфликта, активно влияя на его течение и исход. Механизм возникновения и влияния эмоциональных состояний участников конфликта на его развитие также является специфической проблемой социально-психологического анализа.

Переход к конфликтному поведению. Помимо эмоционального окрашивания осознание конфликтной ситуации может сопровождаться переходом к конфликтному поведению сторон. Конфликтное поведение можно определить как действия, направленные на то, чтобы прямо или косвенно блокировать достижение противостоящей стороной ее целей, намерений и так далее. Заметим, что необходимым условием, необходимым признаком конфликтного поведения является его осознание сторонами в качестве именно конфликтного. Если, например, сторона *A* предпринимает действия, блокирующие достижение стороной *B* ее целей, но при этом ни *A*, ни *B* не сознают, что эти действия препятствуют *B*, то поведение *A* нельзя назвать конфликтным.

Конфликтное поведение одной стороны по отношению к другой не обязательно является результатом осознания конфликтной ситуации между этими сторонами. Конфликтное поведение *A* по отношению к *B* может быть, например, формой снятия внутренних напряжений *A*. В этом случае мы обычно имеем дело с переходом внутреннего конфликта во внешний.

Конфликтные действия резко обостряют эмоциональный фон протекания конфликта, эмоции же, в свою очередь, стимулируют конфликтное поведение. Вообще существенно, что взаимные конфликтные действия способны видоизменять, усложнять первоначальную конфликтную структуру, привнося новые стимулы для дальнейших действий. Таким образом, стадия конфликтного поведения порождает тенденции к эскалированию, дестабилизации конфликта.

Вместе с тем этой же стадии свойственны и тенденции противоположного характера. Дело в том, что конфликтные действия выполняют в известном смысле познавательную функцию. Стороны вступают в конфликт с некоторыми гипотетическими, априорными картинами своих интересов, возможностей и т.п., намерений, ценностей другой стороны и определенными предположительными оценками среды. В ходе конфликтных действий стороны сталкиваются с самой действительностью, которая корректирует их первоначальные априорные картины. Эта коррекция приводит к более адекватному пониманию сторонами имеющей-

ся ситуации, что, в свою очередь, обычно способствует разрешению конфликта по крайней мере в форме прекращения конфликтных действий.

Нередко конфликт отождествляют со стадией конфликтного поведения. Такое отождествление представляется ошибочным: конфликт — значительно более сложное многогранное явление. Однако справедливо, что переход к конфликтному поведению означает вступление конфликта в свою открытую, явную и обычно наиболее острую стадию. И поэтому естественно, что в первую очередь на устранение конфликтного поведения бывают направлены различные способы разрешения конфликта.

Разрешение конфликта. Разрешение — заключительная стадия эволюции конфликта. Разрешение конфликта возможно, во-первых, за счет преобразования самой объективной конфликтной ситуации и, во-вторых, за счет преобразования образов ситуации, имеющих у сторон. Вместе с тем и в том и в другом случае возможно двойное разрешение конфликта: частичное, когда исключается только конфликтное поведение, но не исключается внутреннее сдерживаемое побуждение к конфликту у сторон, и полное, когда конфликт устраняется и на уровне фактического поведения, и на внутреннем уровне. Полное устранение конфликта за счет преобразования объективной конфликтной ситуации мы имеем, например, когда посредством разведения сторон они лишаются возможности и необходимости контакта и, следовательно, конфликтного взаимодействия (перевод одного из конфликтующих сотрудников в другое подразделение). К тому же типу относится разрешение конфликта, состоящего в борьбе сторон за некоторые ограниченные ресурсы, посредством изыскания дополнительных ресурсов и полного удовлетворения ими обеих сторон. (Покупка второго телевизора в семье, если два ее члена желают одновременно смотреть разные программы.)

Частичное разрешение конфликта на объективном уровне имеет место, когда посредством соответствующей модификации реальных условий среды конфликтная ситуация преобразуется таким образом, что стороны оказываются не заинтересованными в продолжении конфликтных действий, хотя стремление достичь первоначальной цели у сторон остается. К этому типу относятся, например, многие чисто административные решения конфликта, вводящие определенные запреты и санкции на случай их нарушения.

Разрешение конфликта посредством изменения образов, имеющих у сторон, — особенно интересный для социального психолога случай. Подобное разрешение конфликта (полное или частичное) предполагает прежде всего реструктурирование имеющихся ценностей, мотивов, установок, а также принятие новых, и поэтому здесь уместен весь арсенал средств, разрабатываемых социальной психологией для этих целей.

Заключая рассмотрение динамики конфликта, уместно отметить также следующее. Во-первых, все сказанное выше относительно дина-

мики конфликта не следует понимать в том смысле, что всякий конфликт непременно проходит каждую из перечисленных стадий. Например, сложившаяся объективная конфликтная ситуация может остаться незамеченной, не воспринятой сторонами. В этом случае конфликт ограничится своей первой стадией и останется на уровне потенциально-го. С другой стороны, стадия восприятия ситуации как конфликтной может наступить в условиях, когда объективная конфликтная ситуация отсутствует. Далее, разрешение конфликта может последовать непосредственно за его восприятием, прежде чем стороны предпримут какие-то конфликтные действия в отношении друг друга.

Во-вторых, важным моментом динамики конфликта являются его возможные переходы из одних форм в другие. Диапазон таких переходов весьма широк. Например, внутренний конфликт (внутриличностный, внутригрупповой) может переходить во внешний (межличностный, межгрупповой) и внешний — во внутренний. Последнее, в частности, имеет место в случае частичного разрешения конфликтов, когда тем или иным образом пресекается конфликтное поведение, направленное вовне (на противостоящую сторону), но внутреннее стремление к этому конфликтному поведению не исчезает, а лишь сдерживается, порождая тем самым внутреннее напряжение, внутренний конфликт. Далее, упоминавшийся нами ложный конфликт, т.е. конфликт, возникающий при отсутствии объективной конфликтной ситуации в силу ошибочного взаимного восприятия сторон, может трансформироваться в истинный, подлинный. Аналогичным образом истинный (ложный) конфликт по одному поводу может перейти в истинный (ложный) конфликт по другому поводу и т.д. Последнее, например, происходит, когда конфликт, возникший на личной почве, перерастает в деловой и обратно. <...>

Функции конфликта. Если исходить из большого числа социально-психологических исследований, направленных на поиски путей устранения конфликта из внутриличностной сферы, сферы межличностных, внутригрупповых и межгрупповых отношений, то легко прийти к ошибочному выводу, что конфликт играет лишь негативную роль, выполняет лишь деструктивную функцию. В действительности, однако, социальный конфликт, будучи одним из наиболее ярких проявлений противоречия, сам внутренне противоречив, выполняя не только деструктивную, но и конструктивную функцию. При выяснении роли конфликта принципиально важен конкретный подход. Один и тот же конфликт может быть деструктивным в одном отношении и конструктивным в другом, играть негативную роль на одном этапе развития, в одних конкретных обстоятельствах и позитивную — на другом этапе, в другой конкретной ситуации.

Деструктивная функция конфликта. Проявления деструктивных функций конфликта крайне разнообразны. Внутриличностный конф-

ликт, например, порождает состояние психологического дискомфорта, который влечет, в свою очередь, серию различных негативных последствий и в крайних случаях может привести к разрушению личности. На уровне группы конфликт может нарушать систему коммуникаций, взаимосвязей, ослаблять ценностно-ориентационное единство, снижать групповую сплоченность и в итоге понижать эффективность функционирования группы в целом. Аналогичным образом деструктивные функции конфликта проявляются и в межгрупповых взаимоотношениях. Отметим, что деструктивное влияние конфликта может иметь место на каждом из этапов его эволюции: этапе объективной конфликтной ситуации, этапе ее осознания сторонами, этапе конфликтного поведения, а также на стадии разрешения конфликта. Особенно остро деструктивные воздействия конфликта обнаруживаются обычно на стадии конфликтного поведения, конфликтных действий.

Конструктивная функция конфликта. Конструктивные воздействия конфликта также весьма многообразны. Так, общеизвестно, что внутриличностный конфликт не только способен оказывать негативное влияние на личность, но и часто служит мощным источником развития личности, ее совершенствования (например, в виде чувства неудовлетворенности собой). В групповых и межгрупповых отношениях конфликт может способствовать предотвращению застоя (стагнации), служит источником нововведений, развития (появление новых целей, норм, ценностей и т.п.). Конфликт, особенно на стадии конфликтного поведения, играет познавательную роль, роль практической проверки и коррекции имеющихся у сторон образов ситуации. Кроме того, обнаруживая, обнажая объективные противоречия, существующие между членами группы (группами), и устраняя их на стадии разрешения, конфликт освобождает группу от подтачивающих ее факторов и тем самым способствует ее стабилизации. Общеизвестно также, что внешний конфликт может выполнять интегративную функцию, сплачивая группу перед лицом внешней опасности, внешних проблем. Как это видно отчасти из вышесказанного, конструктивные функции конфликта, подобно его деструктивным функциям, могут проявлять себя на всех этапах эволюции конфликта. <...>

Типология конфликта. Как уже отмечалось, социальные конфликты исследуются целым рядом дисциплин, и в каждой из них существует множество различных типологий конфликта. Последнее справедливо и в отношении социальной психологии. В зарубежной литературе, например, различные классификации конфликта представлены в работах М. Дойча, А. Раппорта, Д. Бернарда, Л. Козера, Л. Понди, Р. Мака и Р. Снайдера и т.д.

Подобное разнообразие типологий конфликта неизбежно и оправданно. Изучая конфликт с самых различных точек зрения, исследователи

могут выделять самые разные, существенные для их частных целей основания классификации и соответственно получать различные виды типологии. Ввиду этого любые попытки предлагать какую-либо единственную, так сказать, истинную классификацию конфликта представляются заведомо неоправданными. <...> Мы ограничимся в рассмотрении проблемы типологии некоторыми методологическими замечаниями.

Типологизация конфликта играет важную методологическую роль. Она служит не только средством охвата и упорядочения накопленных знаний, что уже само по себе весьма существенно, но и часто играет заметную эвристическую роль в процессе получения новых знаний. Попытки проанализировать имеющиеся конкретные примеры конфликтных ситуаций с точки зрения выбранного основания классификации нередко обнаруживают совершенно новые аспекты конфликтов, ускользавшие ранее от внимания исследователя.

В полной мере, однако, методологическая роль типологизации конфликта может сказаться лишь при выполнении основных логических требований, предъявляемых к научной классификации. В частности, основание классификации должно быть четко выделено и последовательно проведено, в результате чего классификация должна оказаться полной (по выделенному основанию) и непересекающейся.

Упомянутые логические требования, однако, весьма часто нарушаются. В качестве характерного примера можно привести типологию конфликтов, предлагаемую М. Дойчем. Дойч выделяет следующие шесть типов конфликта:

1. *«Подлинный конфликт»*. Это конфликт, «который существует объективно и воспринимается адекватно». (Если жена хочет использовать свободную комнату в доме для занятия живописью, а муж в качестве кабинета, они вступают в «истинный» конфликт.)
2. *«Случайный, или условный, конфликт»*. Существование этого типа конфликта «зависит от легко изменяемых обстоятельств, что, однако, не осознается сторонами». («Подлинный конфликт» предыдущего примера превращается в «случайный», если допустить, что жена и муж не замечают, что имеется еще мансарда, гараж или какое-то другое помещение, которое легко может быть преобразовано в кабинет или студию.)
3. *«Смещенный конфликт»*. В этом случае имеется в виду «явный конфликт», за который скрывается некоторый другой, скрытый конфликт, лежащий в основе явного. (Предыдущий пример модифицируется в пример «смещенного конфликта», если энергичный спор по поводу свободной комнаты происходит в условиях, когда муж и жена фактически мало или совсем не заинтересованы в студии или кабинете, а возникшее столкновение служит

проявлением какого-то другого, более серьезного, возможно даже неосознаваемого конфликта.)

4. *«Неверно приписанный конфликт»*. Это конфликт «между ошибочно понятыми сторонами и как результат — по поводу ошибочно истолкованных проблем». (Когда, например, порицают ребенка за что-то, что он был вынужден сделать, исполняя предписание родителей.)
5. *«Латентный конфликт»*. Это конфликт, «который должен был бы произойти, но которого нет», поскольку он по тем или иным причинам не осознается сторонами.
6. *«Ложный конфликт»*. Это случай, когда отсутствуют «объективные основания» для конфликта, и последний существует только в силу ошибок восприятия, понимания.

В качестве основания для классификации Дойч называет «отношение между объективным состоянием дел и состоянием дел, как оно воспринимается конфликтующими сторонами». Подобная формулировка, однако, не может выступать в роли действительного основания, поскольку она крайне неопределенна. Знакомство с самой классификацией и примерами позволяет предположить, что фактически в качестве основания используется наличие или отсутствие у конфликтов по крайней мере следующих трех признаков: существование объективной конфликтной ситуации, факт осознания этой ситуации и адекватность этого осознания. Поскольку основание классификации сколько-нибудь четко не сформулировано, полученные Дойчем типы конфликта часто пересекаются. Например, пятый тип конфликта не исключает третьего, четвертого и шестого, шестой не исключает третьего и четвертого, что, впрочем, признает и сам автор. Наконец, отсутствие четкого основания не позволяет выяснить, является ли приведенная классификация полной (по соответствующему основанию) или же она неполна.

Помимо затронутых выше аспектов — структуры, динамики, функций и типологии конфликта — имеется еще одна весьма существенная сторона рассматриваемой проблемы, заключающаяся в практическом отношении к конфликту. В рамках этого аспекта можно выделить целый ряд важных понятий: помимо упоминавшегося ранее разрешения конфликта можно, например, назвать предотвращение конфликта, его профилактику, ослабление и т.п. Однако, как уже отмечалось, конфликт не является безусловно негативным и нежелательным, названные понятия являются частным случаем более общей позиции по отношению к конфликту, а именно позиции управления им. В плане управления конфликтом наряду с его разрешением, предотвращением, ослаблением и т.д. следует также назвать симптоматику, диагностику, прогнозирование и контролирование конфликта. <...>

В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша

МЕЖЛИЧНОСТНАЯ АТТРАКЦИЯ¹

Понятие межличностной аттракции

Среди людей, входящих в круг нашего общения, всегда есть те, кто нам нравится больше, те, кто нам нравится меньше, и те, кто нам вообще не нравится. То есть наше восприятие других людей, как правило, сопровождается более или менее выраженным оценочным отношением к ним. <...>

Процесс предпочтения одних людей другим, взаимного притяжения между людьми, взаимной симпатии получил название «*межличностная аттракция*» (от англ. *attract* — привлекать, притягивать, пленять, прельщать).

Как видно из приведенного определения, *аттракция* — это прежде всего эмоция, имеющая своим предметом другого человека. Вместе с тем это сравнительно устойчивая оценочная реакция, которая побуждает нас действовать определенным образом при взаимодействии с конкретным человеком. Тем самым аттракция предстает как определенный вид социальной установки, как отношение одного человека к другому.

Среди факторов, оказывающих наибольшее влияние на процесс межличностной аттракции, можно выделить *внешние* по отношению к процессу непосредственного межличностного взаимодействия (иногда их называют экологическими) и *внутренние*, то есть те, что возникают в процессе взаимодействия, или собственно межличностные детерминанты аттракции.

Внешние факторы аттракции

К внешним, то есть не связанным непосредственно с процессом взаимодействия, факторам аттракции можно отнести следующие:

- 1) степень выраженности у человека потребности в аффилиации;
- 2) эмоциональное состояние партнеров по общению;
- 3) пространственная близость.

Напомним, что *потребность в аффилиации* — это потребность создавать и поддерживать удовлетворительные отношения с другими людьми, желание нравиться, привлекать внимание, интерес, чувствовать себя ценной и значимой личностью. Степень выраженности данной потребности у того или иного человека в значительной мере определяет тип его

¹ Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М. Межличностная аттракция // В. Н. Куницына, Н. В. Казаринова, В. М. Погольша. Межличностное общение. СПб., 2001. С. 197–210.

межличностного поведения. Человек со слабо выраженной потребностью в аффилиации производит впечатление необщительного, избегающего людей. Человек, у которого данная потребность выражена очень сильно, постоянно ищет контакта с другими, стремится к людям, старается сделать так, чтобы его заметили. Общая направленность на людей, непереносимость одиночества оказывается для человека с ярко выраженной потребностью в аффилиации фактором, усиливающим для него привлекательность другого человека (особенно на начальном этапе взаимодействия) как потенциального партнера по общению.

Эмоциональное состояние в конкретной ситуации общения может быть рассмотрено как внешний фактор аттракции в том случае, если хорошее настроение человека распространяется на все вокруг, включая окружающих людей. Это состояние можно описать словами — «сегодня мне все нравится», вне зависимости от того, сделали эти люди что-то хорошее для него или нет. Экспериментально установлено, что человек, переживающий положительные эмоции, смотрит на окружающих чаще, чем когда он находится в нейтральном, агрессивном или подавленном настроении. Для человека с негативными эмоциями другие люди либо просто не существуют (он их не видит), либо на них переносится его плохое настроение (они его раздражают, досаждают и т.п.). Таким образом, то, как мы относимся к другим и как они — как нам кажется — относятся к нам, может быть лишь частью нашего общего эмоционального состояния, на которое влияют самые разнообразные факторы внешней среды: политические или экономические новости, характер погоды, звучащая музыка и многое другое.

Пространственная близость — еще одна внешняя детерминанта межличностного предпочтения. Действие этой переменной можно сформулировать следующим образом: при прочих равных условиях, чем ближе пространственно находятся люди друг к другу, тем вероятнее их взаимная привлекательность.

Воздействие данного фактора имеет решающее значение для установления межличностных контактов. В детские годы круг друзей формируется прежде всего из сверстников, живущих в одном подъезде или доме, а также из одноклассников. Вероятнее всего, и брачными партнерами становятся люди, либо живущие недалеко друг от друга, либо те, кто учатся и/или работают вместе. Пространственная близость влияет и на продолжительность отношений. Огромное количество дружеских отношений, влюбленностей, ухаживаний прекращается под воздействием пространственной разделенности. <...>

Пространственная близость выступает фактором межличностной аттракции прежде всего потому, что люди, живущие неподалеку, находятся в сходной среде (социальной, экономической, бытовой), пользуются сходной социальной инфраструктурой. В результате они имеют

общую информацию, общие вопросы и проблемы, что способствует их социальным контактам и даже взаимопомощи. Следствием может стать близкое личное знакомство между ними.

Другое объяснение связи между пространственной близостью и межличностной аттракцией предложил известный психолог Роберт Зайонц, сформулировав следующую зависимость: неоднократное использование какого-либо стимула увеличивает привлекательность этого стимула для воспринимающего. Иначе говоря, то, что знакомо, нравится больше, чем то, что незнакомо. В своих экспериментах исследователь находил подтверждение этому выводу. Например, он показывал испытуемым фотографии, варьируя число показов от 1 до 25 раз. Было замечено, что чем чаще человек видит конкретное лицо, тем более привлекательным оно ему кажется. <...>

Рассмотренные выше факторы определяются как внешние детерминанты аттракции именно потому, что выступают в качестве ситуативных или внутриличностных условий, способствующих или препятствующих сближению между людьми. Помимо того как только люди вступили в контакт, начинает действовать новая группа факторов, вызванных самим процессом межличностного взаимодействия.

Внутренние факторы межличностной аттракции

К внутренним, или собственно межличностным, детерминантам аттракции можно отнести:

- 1) физическую привлекательность партнера по общению;
- 2) демонстрируемый стиль общения;
- 3) фактор сходства между партнерами по общению;
- 4) выражение личного отношения к партнеру в процессе общения.

Физическая привлекательность

Нам нравятся красивые люди. Разумеется, взгляды на красоту субъективны, но тем не менее мы воспринимаем ее как важный элемент установления и развития межличностных отношений. По данным многочисленных исследований, красивая внешность обеспечивает и девочкам, и мальчикам более высокую популярность начиная уже с четырех лет. При беседе со взрослыми дети на вопрос «хорошо или плохо быть красивым» отвечают, что «лучше быть красивым, так как тогда тебя все будут любить и не будут обижать» (свидетельство того, что дети осознают привилегированное положение красивых).

Существует ряд гипотез, объясняющих наличие связи между внешней красотой и аттракцией.

1. Красота является положительным подкреплением: нам приятно видеть красивое.

2. Красивые люди могут быть более коммуникабельными, обладать более развитыми коммуникативными навыками, что может объясняться различными условиями социализации красивых и некрасивых людей. Замечено, что у более красивых мужчин и женщин в общении с другими людьми преобладает ориентация непосредственно на партнера, например разговор о нем доминирует над ориентацией на достижение какой-либо внешней цели.

3. Популярность красивых людей может быть вызвана определенными выгодами общения с ними. Красивый человек как бы повышает уровень физической привлекательности своего партнера.

4. Действие эффекта ореола — «красивый — значит, хороший»; люди склонны ассоциировать красоту с положительными личными характеристиками, а некрасивость — с отрицательными.

Однако связь между физической привлекательностью и аттракцией находится в сложных, опосредованных другими переменными зависимостях. Некоторые социальные психологи утверждают, что в основе предпочтения красивых или некрасивых лежит не столько стремление человека выбрать в качестве партнера по общению самого красивого, сколько прогноз его реакций на себя. В случае когда человек уверен в себе, он выбирает наиболее красивого из возможных претендентов, при отсутствии такой уверенности ориентируется на средний или даже низкий уровень физической привлекательности.

Более высокий уровень физической привлекательности не обеспечивает стабильного успеха в долговременных отношениях: влияние внешней привлекательности обычно более высоко в начале знакомства и снижается по мере того, как мы узнаем о других чертах этого человека. Физическая привлекательность супругов не влияет на взаимоотношения в семье и стабильность брака. Нет жесткой связи и между внешностью и успехом в романтических отношениях.

Стиль общения

Важным фактором межличностной аттракции является манера поведения. Общение с одними людьми приносит нам большее наслаждение, чем с другими. Те, кто проявляет щедрость, великодушие, энтузиазм, нежность, живость, коммуникабельность, решительность, как правило, нравятся больше, чем те, кого воспринимают как скупых, холодных, апатичных, «агрессивно-эгоцентричных» или чересчур робких.

В одном исследовании испытуемых просили описать черты человека, которого они не любят. В полученных описаниях были выделены следующие три группы определенных качеств.

Во-первых — самовлюбленность, высокомерность, заносчивость, самодовольство, тщеславие. С таким человеком неприятно иметь дело, потому что он больше думает о себе, чем о ком-либо еще. При взаимодей-

ствии с ним вы чувствуете отсутствие интереса к себе, к вашему мнению, вашим идеям; результатом этого может стать снижение самоуважения.

Во-вторых — догматичность, постоянная склонность не соглашаться, противоречить своему собеседнику. Отчасти такие люди напоминают первый тип — их меньше интересуют чувства и взгляды других людей, чем желание проявить свою волю над ними. Подобное оскорбительное поведение может вызвать несколько вариантов ответных реакций:

- встречное оскорбление;
- пассивное сопротивление в форме молчаливого протеста;
- вынужденное подчинение, при котором сохраняется или даже усиливается негативное отношение к такому человеку.

В-третьих — двуличность, неискренность; в общении с таким человеком возникает ощущение опасности («чего он хочет от меня?», «кому он может передать содержание нашего разговора?»), чувство, что вас хотят использовать в чьих-то целях.

Сходство

<...> Нам нравятся и мы скорее нравимся людям, которые похожи на нас, и напротив, нам не нравятся и мы не нравимся людям, отличающимся от нас.

В основе этого утверждения лежит принцип когнитивного соответствия, нашедший отражение в целом ряде социально-психологических теорий. Согласно этому принципу, люди имеют сильно выраженную потребность в согласованности, последовательности. Социальные установки, верования, чувства, ценности человека взаимосвязаны, и он пытается поддерживать их в согласованности или создать ее, если она утрачена. <...>

Что делает симметричные отношения столь желанными?

Во-первых, чем выше уровень согласия, тем легче предсказать поведение другого человека. Во-вторых, чем более схожи установки *A* и *B*, тем сильнее ощущение реальности и значимости их взглядов, что является важным условием положительной Я-концепции, источником поддержания уверенности в себе, повышения самооценки личности. Напряжение, вызванное расхождением взглядов, создает дискомфорт, от которого человек старается избавиться путем согласования своего поведения с поведением другого человека. Эта базовая мотивация получила название «потребность в консенсусе»; она проявляется в том, что люди пытаются придать силу и значимость своим взглядам путем их согласования с другими людьми.

<...>

Хотя сходные цели сближают людей, иногда именно сходство может стать фактором, резко снижающим межличностную аттракцию. В ситуа-

циях соперничества два человека, имеющие одинаковые цели, часто начинают ненавидеть друг друга. Вряд ли двое мужчин, добивающихся одной женщины, станут хорошими друзьями. Две женщины, претендующие на одно рабочее место, едва ли понравятся друг другу. Вот почему наличие у двоих людей в чем-то схожих взглядов еще не является достаточным условием для предсказания их взаимной привлекательности.

Некоторые факторы усиливают воздействие сходства на аттракцию. Среди них:

- 1) число вопросов, по которым люди достигают согласия;
- 2) важность, значимость тех или иных взглядов;
- 3) взаимность.

Даже с самыми близкими друзьями мы согласны не по всем вопросам. И все же именно с друзьями число тем, в отношении которых мы достигаем согласия, существенно выше, чем с людьми, которых мы не любим. Мы выбираем наших друзей отчасти потому, что с ними у нас много общего во взглядах, и склонны соглашаться с ними по большому числу вопросов, потому что мы — друзья. Более того, один вопрос не может сформировать или разрушить дружеские отношения, но вот число вопросов, по которым мы достигаем согласия, становится хорошим показателем того, будут ли наши отношения продолжительными.

Некоторые взгляды занимают центральное место в нашем мировоззрении, они более устойчивы, их трудно изменить, даже если это требуется для достижения симметричных отношений. Поэтому согласие по важным мировоззренческим вопросам оказывается зачастую принципиальным моментом в установлении наших отношений с другими. Если разногласия возникают по вопросам, не имеющим большого значения для собравшихся вместе людей, то даже их наличие не повлияет на приятельский характер отношений. Если же обсуждаемая проблема имеет большую важность для кого-то из собеседников, то несовпадение в ее оценке скорее всего скажется на отношениях между ними. Поскольку жизненные установки человека формируются в определенной социокультурной среде, такие личностные характеристики, как образование, прошлый опыт, разделяемые духовные ценности и т.д., могут повлиять на то, будет ли другой человек привлекателен для него. Брак между представителями разных рас, религиозных взглядов, социоэкономических групп, разного уровня образования имеет большую вероятность закончиться разводом, чем брак между людьми, имеющими сходство по этим показателям.

Взаимность — еще одна переменная, усиливающая воздействие принципа сходства на межличностную аттракцию. От того, чувствуем ли мы, что тот, кто нам нравится, испытывает те же чувства к нам, что этот человек к нам не равнодушен, во многом зависит, станет ли наше увлечение сильнее. Знание того, что мы нравимся другому человеку,

оказывается своеобразной наградой, повышает самооценку. Если же наше чувство не вызывает взаимности, мы постараемся справиться с ним, уменьшая или утрачивая интерес к этому человеку.

Дополнительность

Всем нам доводилось встречать пары, в которых люди великолепно уживаются, несмотря на бросающиеся в глаза различия их характеров и взглядов. Теорию, подчеркивающую различия, а не сходство между людьми как основу межличностной аттракции, предложил американский психолог Р. Винч, назвав ее теорией дополняющих потребностей. Ее основное положение можно сформулировать следующим образом: при отборе брачных партнеров и даже друзей мы чаще выбираем тех, кто удовлетворяет наши потребности, а максимальное удовлетворение имеет место тогда, когда два человека имеют скорее дополняющие, а не сходные потребности.

Винч выделял два типа дополнительности. Во-первых, два человека могут удовлетворять разные потребности друг друга. Например, *А* имеет сильную потребность в том, чтобы кого-то защищать, а *Б* — сильную потребность в зависимости от кого-то. Во-вторых, два человека могут удовлетворять одну и ту же потребность, например когда *А* имеет сильную потребность в доминировании, а у *Б* эта же потребность выражена значительно слабее. Причем такие дополнения не зависят от того, имеем мы дело с мужчиной или женщиной. Хотя немало примеров подтверждают данную теорию, многие исследователи не разделяют ее, полагая, что она носит гипотетический характер и нуждается в дополнительной проверке.

Поддержка

Важнейшей внутренней детерминантой межличностной аттракции является выражение личного отношения к партнеру в ходе общения. Еще Аристотель писал, что люди любят тех, кто делает им добро и заботится о них. Аттракция возникает в ответ на положительные действия, неприязнь — на отрицательные. <...>

Поддерживающий стиль поведения можно определить как любое поведение, в результате которого другой человек начинает больше себя ценить. *Неподдерживающий стиль* — поведение, в результате которого другой человек оценивает себя ниже, ценит себя меньше.

Отказы в поддержке иногда могут быть ненамеренными, являться результатом непонимания важности поддержки для личностной самооценки. Однако в обоих случаях результатом становится использование индивидом психологических защит.

Следующие виды сообщений воспринимаются скорее как поддержка:

- обращение к партнеру по имени: имя символизирует личность человека, соответственно такое обращение демонстрирует вни-

мание к данной личности. Восприятие его, как правило, окрашено положительной эмоцией;

- комплименты, т.е. похвала, содержащая небольшое преувеличение положительных качеств того, кому делается комплимент;
- прямое признание: с собеседником соглашаются и прямо сообщают ему об этом, что проявляется в поддержании разговора, заинтересованности в разговоре и т.п.; выражение положительных чувств, при котором слушающий сообщает (вербально или невербально) о положительных эмоциях, вызванных тем, что было сказано; благодарности.

Среди сообщений, вызывающих чувство отказа в поддержке, можно выделить:

- уход от обсуждения, когда собеседник реагирует на сказанное, но быстро переводит разговор в другом направлении;
- безличные предложения — подчеркнуто правильная, научнообразная речь, отказ от личного обращения;
- противоречие между вербальным и невербальным содержанием сообщения, или неконгруэнтное сообщение.

<...>

Способы измерения межличностной аттракции

Поиск методических приемов, позволяющих осуществить измерение межличностной аттракции, тесно связан с разработками в области измерения социальных установок. В 1925 г. Е. Богардус сделал одну из первых систематизированных попыток измерения социальных установок (аттитюдов), предложив шкалу социальной дистанции. Это был вопросник, выявляющий степень приемлемости другого человека как представителя определенной социальной группы. Респондентам предлагался перечень национальностей; каждого просили указать, какую степень близости он допускает для себя с людьми из той или иной группы. <...>Тесты такого типа сообщают огромный объем информации о социальных установках людей в отношении различных групп, однако эти установки связаны с гипотетическими ситуациями и мало говорят о чувствах в отношении людей, которых мы знаем и с которыми общаемся повседневно: членов семьи, друзей, однокашников, соседей, сослуживцев.

Для измерения межличностных предпочтений в рамках конкретных групп между хорошо знакомыми людьми Дж. Морено предложил социометрический тест, также предполагающий ответы на вопросы, но уже о людях, которых респонденты знают в действительности. <...>

Наряду с перечисленными тестами используют и графические приемы для измерения психологической близости в общении.

Например, испытуемому предлагается отрезок прямой, в одну из крайних точек которого условно помещается его Я. Он должен указать на отрезке точку, символически отмеряющую субъективное расстояние от Я до другого человека. Это задание выполняется заново для каждого из значимых лиц, в результате чего появляется возможность сравнивать между собой психологические дистанции и судить о большей или меньшей близости каждого. <...>

Иной способ измерения психологической близости состоит в том, что значимые другие во всех возможных сочетаниях по два условно помещаются в конечные точки отрезков прямых, а испытуемому следует найти и обозначить точкой свое место между ними. Затем подсчитывается среднее значение от Я до Д1, от Я до Д2, от Я до Д3. В результате все интересующие нас лица могут быть проранжированы по степени психологической близости. Этот прием соответствует социометрической модели и по существу является методом парных сравнений. <...>

В. А. Лабунская

ПСИХОЛОГИЯ ЭКСПРЕССИВНОГО НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ¹

1.1. Направления исследований в психологии невербального общения

<...>

Наша точка зрения заключается в том, что невербальное общение не может быть сведено как к феномену «невербальные коммуникации», так и к феномену «невербальное поведение», «паралингвистика», «кинесика», «экспрессия», что часто наблюдается в психологии.

...Понятие «невербальное общение» является более широким, чем понятие «невербальные коммуникации». Невербальные коммуникации — это система невербальных символов, знаков, кодов, использующихся для передачи сообщения с большой степенью точности, которая в той или иной степени отчуждена и независима от психологических и социально-психологических качеств личности, которая имеет достаточно четкий круг значений и может быть описана как лингвистическая знаковая система. Проблеме невербальных коммуникаций (в узком смысле данного понятия) посвящено достаточно большое количество

¹ *Лабунская В. А.* Психология экспрессивного невербального общения: Основные понятия и предмет // В. А. Лабунская. Экспрессия человека: Общение и межличностное познание. Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. Гл. 1.

работ, которые убеждают в том, что конвенциональные, интенциональные, произвольные жесты, телодвижения, позы, выражения лица успешно кодируются и декодируются, выступают в роли знаков, имеющих ограниченный круг значений, и выполняют функции сообщения.

Наряду с понятием «невербальные коммуникации» в современной психологии общения, особенно американской, употребляется термин «невербальное поведение». Анализ определений этих двух понятий приводит к выводу о том, что самая распространенная точка зрения — это отождествление невербального поведения и невербальной коммуникации, это подмена одного термина другим, либо включение невербального поведения в состав невербальных коммуникаций, и наоборот. С нашей точки зрения понятие «невербальное поведение» более широкое, чем невербальные коммуникации, но более узкое, чем невербальное общение. Главное отличие между вербальными — невербальными коммуникациями и невербальным поведением заключается в том, что у невербального поведения есть три главные характеристики, принципиально отделяющие его от невербальных коммуникаций и словесного языка — это: 1) континуальность против дискретности; 2) вариабильность против инвариантности; 3) непроизвольность против произвольности. К этим характеристикам можно добавить целостность, пространственно-временную нерасчлененность элементов структуры невербального поведения.

<...>

Невербальное общение, невербальная коммуникация, невербальное поведение являются предметом рассмотрения в различных направлениях психологии общения: как коммуникативный феномен, как предмет социальной перцепции, как вид взаимодействия. Уже на первых этапах осмысления проблематики общения формируется ряд подходов к невербальному общению: социально-перцептивный, коммуникативный, паралингвистический, интерактивный. Невербальное общение становится предметом рассмотрения в рамках когнитивной социальной психологии в связи с изучением аттитюдов, эталонов, стереотипов поведения. Оно занимает центральное место в различных школах символического интеракционизма, в теориях ролевого поведения, в процессе изучения средств взаимодействия и их значений. На него обращают внимание психоаналитики, изучая детско-родительские отношения, взаимодействие психотерапевта и клиента. Невербальное поведение давно стало предметом изучения в различных школах бихевиористского направления. Каждый из названных подходов имеет свою предысторию и историю становления, свои акценты в рассмотрении невербального общения. Но важным на сегодняшний день является то, что психология невербального общения все чаще выступает в роли интегратора усилий специалистов, причисляющих себя к различным школам и направлениям. В этой связи она получает не только междисциплинарный статус,

но и превращается в область психологического знания, интегрирующую теории, подходы, сформировавшиеся в различных теоретико-методологических ориентациях. <...>

1.2. Понятие о невербальном поведении

<...> Несмотря на всю сложность изучения невербального поведения, в данной области психологии ставятся и решаются важные задачи: 1) осуществляется поиск инвариантных, независимых от ситуации компонентов невербального поведения человека и группы лиц; 2) разрабатываются критерии выделения «паттернов» невербального поведения, соответствующих определенным этапам различных видов взаимодействия; 3) определяются направления изменения невербального поведения в соответствии с социокультурными нормами поведения; 4) выясняются особенности взаимодействия вербального и невербального поведения; создаются методы фиксации невербального поведения и т.д. Интегрирует различные направления исследований центральная проблема психологии невербального поведения — проблема взаимосвязи невербального поведения с психологическими и социально-психологическими характеристиками личности и группы. Ее решение включает ответы на ряд вопросов: 1) какое происхождение имеют связи между невербальным поведением и психологическими особенностями человека в филогенетическом и онтогенетическом планах; 2) какие существуют критерии выделения невербального поведения из общей структуры поведения человека; 3) какие психологические и социально-психологические явления соответствуют тем или иным паттернам невербального поведения; 4) какова ценность невербальных паттернов поведения как средств диагностики и коммуникации (знаковые функции); 5) возможно ли адекватное познание психических свойств, состояний, процессов человека по его невербальному поведению в обыденном и профессиональном общении?

Поиск ответов на эти вопросы характеризует психологию невербального поведения на протяжении всего двадцатого столетия. Но в последние 20–30 лет интерес к ним усилился в связи с попытками определить статус невербального поведения с точки зрения задач теоретической и практической психологии. <...>

На рисунке 1 изображена структура невербального поведения. Главная из них та, что отражается с помощью оптической системы. Зрительно воспринимаемый диапазон движений тела, жесты рук, движения глаз и лица принято называть кинесикой. Центральное место в кинесике занимает экспрессивная подструктура, которая подразделяется на выразительные движения и физиогномику. По мнению С. Г. Геллерштейна и П. М. Якобсона, выразительные движения, проявляющиеся в общении

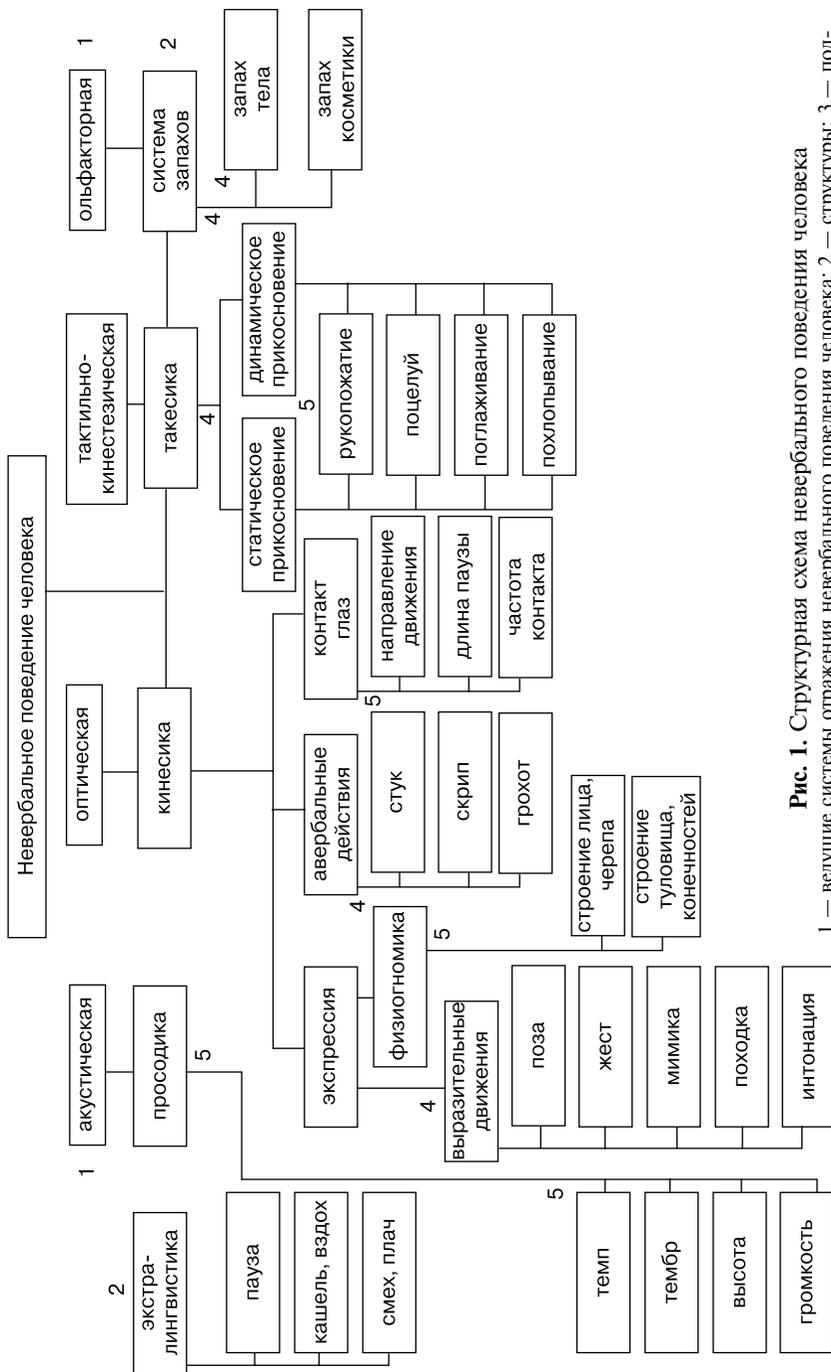


Рис. 1. Структурная схема невербального поведения человека

1 — ведущие системы отражения невербального поведения человека; 2 — структуры; 3 — под-структуры; 4 — компоненты; 5 — элементы.

при различных психических состояниях, служат внешним выражением этих состояний, а также отношений к тем или другим лицам, предметам или явлениям действительности. Данная точка зрения поддерживается значительным числом исследователей.

Еще одной подструктурой кинесики являются движения глаз или «контакт глаз». В этом разделе кинесики изучаются способы обмена взглядом во время беседы, длительность и частота фиксации взгляда на партнере, направление движения глаз.

Следующая структура невербального поведения — просодическая. Она отражается с помощью акустического канала. К ней примыкает экстралингвистическая структура, состоящая из речевых пауз, различных психофизиологических реакций человека: плач, кашель, смех, вздох и т.д.

Следующая система отражения невербального поведения — тактильно-кинестезическая. Тактильно-кинестезические данные поступают от рецепторов, находящихся в коже, мышцах, сухожилиях, суставах. Именно мышечные рецепторы сообщают о том, какова сила рукопожатия, поцелуя, насколько близко находится другой человек. Начиная с раннего возраста физический контакт в виде прикосновений, поглаживаний, поцелуев, похлопываний является важным средством развития личности. По этой причине они выделены в отдельную область изучения и представляют еще одну структуру невербального поведения — такесики. Такесическая структура находится под контролем не только тактильно-кинестезической системы отражения, но и воспринимается с помощью зрения (например, амплитуда движения при рукопожатии), слухового анализатора, что способствует оценке всех нюансов физического контакта.

Следующая структура невербального поведения — ольфакторная. Она получила свое название в соответствии с ольфакторной системой отражения, базирующейся на обонянии человека. Данная структура включает искусственные и естественные запахи (запах тела и косметики).

В качестве основных характеристик невербального поведения, с помощью которых можно описать любую из его структур (кинестезическую, такесическую, просодическую структуры и систему запахов), выступают следующие: «степень дискретности—континуальности»; «степень произвольности—непроизвольности»; «степень осознанности—неосознанности невербального поведения»; «степень целенаправленности—нецеленаправленности»; «степень интенциональности—непреднамеренности»; «степень определенности—неопределенности»; «степень абстрактности—конкретности»; «степень устойчивости—вариабельности»; «степень однозначности—многозначности»; «линейность—пространственно-временная целостность».

Соотнесение крайних позиций на каждой из шкал дают два абстрактных типа невербального поведения. Первый тип невербального поведения имеет такие характеристики, как высокая степень дискрет-

ности, произвольности, осознаваемости, целенаправленности, интенциональности, определенности, высокая степень отчужденности от действительных состояний и отношений личности, устойчивости (внеситуативности), однозначности и линейности. Второй тип невербального поведения представляет из себя образование, имеющее такие характеристики, как континуальность, непроизвольность, неинтенциональность, неопределенность, высокая степень связи с психологическими и социально-психологическими характеристиками личности, вариабельность (зависимость от контекста общения), многозначность, пространственно-временная целостность. Между этими двумя типами невербального поведения располагается все многообразие форм и паттернов невербального поведения личности, которые представляют совокупность движений, отличающихся сочетанием вышеперечисленных параметров невербального поведения. Поэтому структура невербального поведения может быть представлена с точки зрения соотношения в ней движений определенного вида.

<...> Трактовка невербального поведения как индивидуального выражения, приобретающего смысл в общении, — это только одно из направлений психологии невербального общения. Другое направление строится на том, что поведение — это не только «феномен получателя — посылателя». Оно является социально обусловленной системой взаимодействия, следовательно, имеет ряд формальных критериев и может быть описано с помощью определенных алфавитов. Таким образом, невербальное поведение представляет также из себя совокупность движений, включающую как движения, не имеющие четких формальных критериев, смысл которых появляется в результате общения, так и движения, имеющие социально-определенный статус, очерченный круг значений. Данный подход к структуре невербального поведения можно обозначить как психосемиотический, социолингвистический.

Особенным, как замечает М. М. Бахтин, для невербального поведения является также и то, что оно частично представлено самому субъекту. Он не видит напряжения своих мышц, всей пластики своих поз, экспрессии своего лица, экспрессии его отношений к другому, в то время как партнер по взаимодействию может отражать невербальное поведение с помощью оптической, тактильно-кинестетической, акустической, ольфакторной систем, взаимодействие между которыми способствует возникновению многозначных связей между невербальным поведением и психологическими характеристиками личности.

Высокие диагностические возможности невербального поведения, его постоянная представленность другому («осязаемое данное») привели к развитию противоположной назначению невербального поведения функции — функции маскировки действительных переживаний и отношений человека, к развитию на ее основе способностей к управле-

нию невербальным поведением, формирование которых поощряется во всех социальных группах и сообществах. Без таких «невербальных защит» трудно представить процесс социализации и вхождения личности в культуру. Социокультурная разработка «невербальных защит», «невербальных масок» осуществляется, как правило, в направлении отбора совокупности движений, делающих поведение человека социально-примлемым, успешным, привлекательным. В психологии невербального поведения представлены работы, в которых отмечается, что оно может управлять социальной жизнью человека, входя в качестве индивидуальной составляющей в структуру его поведения. Благодаря социальной функции невербальное поведение влияет на формирование аффективных реакций человека, на развитие у него умения нейтрализовать социально неприемлемые способы взаимодействия. С помощью невербального поведения человек нейтрализует нежелательные состояния, отношения (например, агрессию) и предъявляет социально желательные экспрессивные «маски». Такое невербальное поведение выполняет дополнительную функцию — оно управляет коммуникацией без существенной эмоциональной нагрузки партнеров по общению. <...>

Совокупность вышеперечисленных характеристик придает особый статус невербальному поведению, которое является важной частью поведенческой модели личности и отделяет его от невербальных коммуникаций. Невербальное поведение если и сообщает «нечто» о человеке, то именно то, что всегда сопряжено с психологическими и социально-психологическими свойствами человека и особенностями взаимодействия его с другими людьми. О целостности, многокомпонентности невербального поведения, о его соответствии различным аспектам структуры личности, ее внутренним характеристикам свидетельствуют те функции, которые невербальное поведение выполняет в общении. Анализ имеющихся по данному вопросу исследований показывает, что каждая структура и подструктура невербального поведения выполняет информационную (диагностическую), регулятивную, аффективную функции. В этом плане нет приоритета у тех или иных структур или подструктур невербального поведения. Они полифункциональны и выступают регулятором всех типов взаимодействия.

1.3. Понятие о невербальной интеракции

<...>

Невербальные паттерны взаимодействия — это относительно устойчивые, взаимообусловленные совокупности элементов невербального поведения и проксемики общения, отличающие один вид взаимодействия от другого. Они выполняют не только социальные функции регуляции, идентификации, стратификации, адаптации, но и социально-психоло-

гическую функцию демонстрации отношения к другому, к самому себе, принятия себя и ожидания определенного поведения от других.

Набор паттернов невербального взаимодействия субъектов общения (возможность или невозможность включения в паттерны определенных выражений лица, жестов, поз, прикосновений) указывает на их социокультурную принадлежность, статусно-ролевой репертуар, индивидуально-личностные особенности. Невербальные интеракции являются прежде всего индикаторами половозрастных и статусно-ролевых отношений. Социокультурная разработка паттернов невербального взаимодействия осуществляется в направлении отбора совокупности движений, делающих поведение человека социально приемлемым, успешным, привлекательным.

<...>

Основной критерий, который используется исследователями для определения типичных и специфических паттернов невербальной интеракции — это частота появления определенных совокупностей невербальных элементов в диаде или в группе лиц в различных ситуациях общения. Исходя из данного критерия, можно заключить, что структура паттерна невербальной интеракции состоит из взаимосвязанных индивидуальных, личностных форм поведения с групповыми, социокультурными и межкультурными. Невербальные интеракции, с одной стороны, являются заданными и ограниченными рамками социальной группы, невербальным репертуаром каждого из участников общения, а с другой стороны, в них входят совокупности элементов, которые имеют межкультурный, межэтнический, межролевой статус. <...> Структура невербальной интеракции, соотношение в ней вышеперечисленных параметров невербального поведения определяются тем, насколько она включена в качестве социального регулятора во взаимодействие людей, существует ли у партнеров не просто «доминанта» на невербальное поведение, а социокультурная, статусно-ролевая, поло-ролевая «доминанта—ожидание».

<...>

В реальном акте общения невербальное поведение партнеров представляет различные уровни соответствия, гармоничности, целостности: от полного дублирования невербального поведения друг друга до полного рассогласования между ними, приводящему к разрушению самого феномена «невербальная интеракция». Центральной характеристикой, создающей эффект невербальной интеракции, является взаимодействие между структурами невербального поведения и пространственно-временными компонентами общения — проксемикой. Структурная схема невербальной интеракции приведена на рис. 2.

Исследователи, работающие в области проксемики общения, утверждают, что пространство и время в общении структурируются опреде-



Рис. 2. Структурная схема невербальной интеракции

ленным образом под влиянием различных факторов. Е. Холл, одним из первых, опираясь на идеи «территориальности» поведения человека, выделил три уровня проксемического поведения: первый уровень вытекает из филогенетического прошлого людей; второй уровень обусловлен психофизиологическими составляющими процесса восприятия и третий уровень появляется в связи со структурированием пространства в зависимости от влияния культуры. На этом уровне Е. Холл анализирует динамические параметры пространства общения. Им описаны нормы приближения человека к человеку в различных ситуациях взаимодействия. Эти нормы определены четырьмя расстояниями, которые представляют концентрические пространства с субъектом общения в центре: 1) интимное расстояние (радиус от 0 до 45 см) используется при общении самых близких людей; 2) персональное (расстояние от 45 до 120 см) используется при обыденном общении со знакомыми людьми; 3) социальное (расстояние от 120 до 400 см) оказывается предпочтительным при общении с чужими людьми и при официальном общении; 4) публичное (расстояние от 400 до 750 см) используется при выступлении перед различными аудиториями.

Факторы, влияющие на установление **проксемической дистанции** различны. В отечественной психологии получены данные, которые свидетельствуют, что изменение величины межличностной дистанции в рамках культурного стереотипа носит групповой характер. Например, увеличение дистанции общения с лицами, старшими по возрасту, отдаление «незнакомых», приближение «родственников». При этом жесткость стереотипа культурного поведения ярче выступает у лиц с повышенной тревожностью. Высокий уровень тревожности, являясь фактором неполной адаптации, вызывает реакцию «избегания», которая проявляется в увеличении дистанции общения. Выбор дистанции общения практиче-

ски осуществляется неосознанно, но, несмотря на это, человек всегда реагирует, если реальная дистанция не соответствует норме.

На выбор дистанции в общении влияют социальный престиж общающихся, национально-этнические признаки, пол, возраст коммуникантов, характер взаимоотношения партнеров, экстравертированность — интравертированность и другие личностные характеристики. Нарушение оптимальной дистанции общения воспринимается партнерами негативно, и они пытаются ее изменить, что приводит к возникновению «эффекта движущегося общения». Дистанция общения увеличивается также между людьми с различным статусом.

Ориентация и угол общения — еще один из проксемических компонентов невербальной интеракции. Ориентация — это расположение партнеров по отношению друг к другу. Оно может варьироваться от положения «лицом к лицу» до положения спиной друг к другу. Место, занимаемое, например, партнерами за столом, определяется характером общения. Если оно «соперничающее», то люди садятся напротив, если «кооперативное» — на одной стороне стола. Обычная беседа, а особенно случайная, дают позицию «наискосок» — через угол стола. Для беседы, связанной с действием, характерно положение на противоположных сторонах, но не напротив, а слегка по диагонали.

Как пространственный компонент общения изучается **персональное пространство**. По определению Р. Саммер, это пространственная сфера вокруг человека, очерченная мысленной чертой, за которую другим не следует входить. Мерой персонального пространства является расстояние, на которое к данному человеку может приближаться другой человек. Персональное пространство не является кругообразным, оно больше напоминает «О»-образную форму. По мнению М. Хейдеметс, отличие этого направления исследования от исследований дистанции между партнерами заключается, во-первых, в том, что в данном случае изучается пространство субъекта, а во-вторых, отличие состоит в том, что персональное пространство понимается как минимальная еще приемлемая для человека дистанция общения с другим лицом. В связи с этим персональное пространство рассматривается как одна из форм регуляции пространственного контакта между людьми.

Наряду с персональным пространством существует **пространство группы**. Вокруг общающихся людей образуются своеобразные «границы». Известно, что при расстоянии 100–125 см между людьми они уже не воспринимаются как единая группа, другой человек спокойно вторгается в их пространство. Критическим является расстояние между общающимися, равное 90 см.

Временные характеристики общения могут быть, так же как и пространственные, рассмотрены в контексте невербального поведения и с

точки зрения организации общения в целом. Частота, длина взгляда, паузы, темп речи, частота смены движений — это собственно временные характеристики невербального поведения личности и невербальной интеракции. Время достаточно часто рассматривается как атрибут невербальной коммуникации, невербальных средств общения. Так, по мнению А. Шефлена, наибольшее количество информации об общающихся индивидах, о стиле их взаимодействия передается в первые 20 минут. Время общения свидетельствует о социальных статусах общающихся (время официального приема), о сложившейся системе отношений. Например, подчиненный, который дольше обычного пробыл на приеме у руководителя, вызывает интерес у окружающих, они пытаются установить на основе этого факта форму и содержание общения. Время, отведенное для высказываний в групповом и диадном общении, также изменяется под влиянием социокультурных детерминант, пола и возраста общающихся. В определенный отрезок времени происходит соответствующее ему изменение в проксемике общения, которое также определяет изменения в невербальном поведении личности. <...>

Выше было отмечено, что главным моментом, влияющем на возникновение эффекта «невербальной интеракции» является взаимодействие между кинесической, такесической структурами невербального поведения и пространственно-временными компонентами общения — проксемикой. Поэтому в качестве элементов невербальной интеракции выступают наряду с основными составляющими проксемики: контакт глаз, позы, жесты — прикосновения, экспрессия лица. Их сочетание с пространственными компонентами общения несет информацию о социально-психологическом содержании взаимодействия, о психологических и социально-психологических особенностях каждого из партнеров.

Существует множество попыток найти закономерности изменения кинесики, такесики под влиянием проксемики, и наоборот, обнаружить устойчивые тенденции изменения пространства общения под влиянием кинесико-такесического или просодического репертуара партнеров. В качестве объяснительных принципов в ход идут различные ситуативные переменные, индивидуально-личностные особенности партнеров, особенности переработки информации в различных сенсорных системах и идеи, связанные с их взаимодействием. Но, к сожалению, какой-то единой точки зрения, объясняющей эффекты взаимодействия проксемики и различных структур невербального поведения, пока еще не найдено. Известно то, что с увеличением расстояния между партнерами усиливается жестикуляция, повышается громкость голоса, но до того предела, пока партнеры имеют возможность отчетливо видеть друг друга.

<...>

Обзор работ, проделанный П. Буллом, дает представление об особенностях изучения невербальных интеракций в различных ситуациях

общения. В частности, П. Булл собрал сведения о роли невербальных интеракций в психотерапевтической ситуации, в ситуации «интервью», «психологического эксперимента», в ситуации взаимодействия учителя и ученика, в ситуации «просьба о помощи» и в ситуации «преднамеренной лжи». <...> Ссылаясь на ряд авторов, П. Булл отмечает, что проблема невербальной интеракции в психотерапевтическом процессе возникла в результате постоянного обращения как теоретиков, так и практиков к идее «ненормального поведения», под которым обычно понимается такое межперсональное невербальное поведение, в процессе которого партнеры с помощью невербальных средств непрерывно провоцируют реакции, которые они не намеривались получить и не могут их объяснить. Поэтому одной из задач психотерапевта является задача определения собственного невербального стиля поведения, приводящего к саморазрушению. Отталкиваясь от данной задачи, исследователи изучали вклад речи, телодвижений, дистанции и ориентации в оценку уровня эмпатичности консультанта, беседующего с клиентом. В этих исследованиях принимали участие профессиональные консультанты, которым предъявляли видеозаписи бесед психотерапевтов с клиентами.<...> Результаты этих экспериментов свидетельствуют, что такие показатели, как: контакт глаз, наклон туловища, дистанция, определенное оформление вербальных утверждений, позволяют очень точно оценить степень эмпатичности психотерапевта, иными словами, вид отношения и способ взаимодействия с клиентом.

Результаты серии экспериментов, в которых была смоделирована беседа по типу интервью, показали, что невербальное поведение интервьюера влияет на то, как он воспринимается опрашиваемым. В одном из экспериментов предъявлялась видеозапись беседы, в которой было представлено только невербальное поведение и ответы опрашиваемого. Наблюдатели оценивали ответы опрашиваемых как более непринужденные, дружеские, располагающие в том случае, когда невербальное поведение интервьюера было поддерживающим: улыбка, кивки головой, контакт глаз. Такое поведение в другом исследовании расценивалось как привлекательное, дружеское, помогающее кандидату (в ситуации приема на работу) чувствовать себя более раскованно.

П. Булл приводит исследование, в котором сравниваются суждения студентов с мнениями представителей отдела кадров по поводу приема на работу того или иного кандидата. Обе группы видели видеозапись беседы, в которой актер или актриса играли роль человека, поступающего на работу и участвующего в интервью. В одном случае «интервьюируемые» демонстрировали интенсивное невербальное поведение (неотрывно смотрели в камеру, жестикулировали, улыбались, выражали свои чувства и отвечали на вопросы стандартного интервью без запинки). В другом случае актеры демонстрировали неинтенсивное невер-

бальное поведение (отводили взгляд, мало выражали свои чувства, практически не жестикулировали, говорили запинаясь). Были получены более высокие оценки и благоприятные характеристики для тех «интервьюируемых», которые демонстрировали интенсивное невербальное поведение, направленное к партнеру: 83% работников отдела кадров и 87% студентов, принявших участие в исследовании, наняли бы их на работу. Но студенты в отличие от работников отдела кадров проявили снисходительность и к тем, кто демонстрировал другое невербальное поведение: 30% студентов изъявили желание взять их на работу.

Из этих и многих других публикаций следует, что значение невербальной интеракции, ее отдельных составляющих может быть понято только в соответствии с различными переменными контекста или ситуации общения. В качестве главных переменных, оказывающих влияние на формирование в общении паттерна невербальной интеракции, выступают отношения между участниками; цели, ради которых они общаются; вид общения; средства установления контакта; способ отражения партнерами друг друга. <...>

1.4. Проблема соотношения вербального и невербального поведения в общении

Одной из традиционных проблем психологии общения является проблема соотношения речевых и неречевых средств общения. Идеи, связанные с феноменом «невербальные коммуникации», формировались и продолжают развиваться именно как положения, вытекающие из сравнения невербальных и речевых коммуникаций. В большинстве имеющих работ подчеркивается паралингвистическая функция невербальных средств, которая сводится к дополнению, объяснению, интерпретации текста и к прояснению его подтекста. Многие авторы видят роль невербальных движений в том, чтобы усилить эмоциональную насыщенность сказанного, поднять его выразительность и силу. В отличие от паралингвистического подхода к проблеме взаимодействия речевых и неречевых коммуникаций подход к невербальным коммуникациям как к «автономному тексту» формируется на основе идей о том, что они являются языковыми знаками и выполняют все их функции. Иными словами, за невербальными коммуникациями признается статус автономного «текста», имеющего план выражения, содержания и интерпретации «текста», заменяющего «вербальный текст». С точки зрения данного подхода проблема взаимодействия речевых и неречевых средств в общении решается не с позиции «что главное, что дополняет», а с позиции поиска тех компонентов невербального поведения, которые действительно являются автономными невербальными коммуникациями, смысл

которых может быть понят вне речи. Они не вытесняют речь, а сосуществуют вместе с ней как независимая от нее система.

Кроме этих подходов к анализу проблемы соотношения речевых и неречевых средств в процессе общения существует также точка зрения, которая отстаивает приоритет, главенство невербального поведения над вербальным в качестве средства более эффективного и экономного в достижении коммуникативных целей, чем речь. <...>

Несмотря на очевидность данного факта, в нашей психологии общения до сих пор принято считать, что только вербальные средства определяют выбор невербальных компонентов общения. Практически многими психологами упускается из виду то, что эти два средства могут вступать в отношения взаимовлияния, а также то, что общение может начинаться до момента актуализации вербальной коммуникации благодаря тому, что в общении огромная роль принадлежит оптической системе отражения.

Как уже отмечалось, многие исследователи считают невербальное поведение той частью общения, которая трудно поддается формализации и за которую человек не несет ответственности. <...> Несмотря на отсутствие четких формализаций невербальных средств в общении, они так же, как и вербальные, используются для того, чтобы организовать обратную связь в общении. Известно, что без эффекта «обратной связи» общение не существует. Принято рассматривать данную функцию невербальных средств в связи с речевым поведением. <...> Р. Краусс, анализируя речевое поведение собеседников, обнаружил, что каждому ответу слушающего предшествовали определенные выразительные движения говорящего: изменение направления взгляда, движение головы в сторону слушающего, пауза в речи. Ответы самого слушающего также предвосхищались определенными экспрессивными движениями. Таким образом, невербальные коммуникации становятся составной частью всего сообщения, и без него невозможно общение между говорящими.

Взаимодействие между невербальными и вербальными средствами, отличающееся гармоничностью, соответствующее ситуации общения, ее задачам, выполняет функции поддержки всего акта общения. При определенном соотношении речевого и неречевого поведения может наступить ситуация, которую специалисты в области невербального общения квалифицируют как «ситуация ненормального или нарушенного общения». К такой ситуации приводит избыток неречевых средств, рассогласование между «видимым» и «слышимым». В этом случае общение подчиняется другим закономерностям. По мнению Е. В. Цукановой происходит реструктурирование коммуникативного процесса, изменение его динамики, стратегии и тактики. Ею выявлены феномены: снижения коммуникативной насыщенности взаимодействия; смещения основных диалоговых структур (запаздывание ответов на обра-

шение партнеров или преждевременная реакция, приводящие к усилению непонимания); нарастание эллиптичности диалога; усиление эмоционально-оценочного акцентирования; «раскрепощение» пантомимической сферы; неадекватное интонирование; исчезновение подтекста; спонтанное повышение информационной избыточности сообщений. Такое взаимодействие между речевым и неречевым поведением приводят к полному разрушению общения, к крайним формам затрудненного взаимодействия.

Кроме эффекта затрудненного общения возникает эффект недоверия партнеру в результате рассогласования речевого и неречевого поведения. В обыденном акте общения если наблюдается негармоничное сочетание вербального и невербального поведения, то партнеры общения в своих оценках, интерпретациях происходящего исходят из невербального поведения участника взаимодействия.

Как известно, П. Экман и У. Фризен около тридцати лет назад разработали концепцию «о невербальной утечке информации». В рамках данной концепции проранжированы различные части тела на основе критерия «способность к передаче информации». Данная «способность» определяется на основе трех параметров: среднее время передачи; количество невербальных паттернов, которые могут быть представлены данной частью тела; степень доступности для наблюдений за данной частью тела, «видимость, представленность другому». Сочетание этих параметров позволяет ранжировать части тела человека, участвующие в невербальном поведении, как средства «утечки информации». С этих позиций лицо человека является самым мощным передатчиком информации: лицевые мышцы быстро изменяются в соответствии с состоянием человека; они могут создавать значительное число паттернов выражения; лицо является видимой частью тела, представленной наблюдателю. Движения ног и ступней ног занимают на шкале «утечки информации» последнее место, так как они не отличаются особой подвижностью, имеют ограниченное число движений и часто скрыты от наблюдателя.

Следуя этим критериям, авторы концепции считают, что лицо является самым лучшим передатчиком информации, а ноги — самым худшим. Поэтому люди чаще всего контролируют выражение лица и не обращают внимание на движения своих ног. В этой связи «утечка информации» о действительных переживаниях человека чаще всего происходит благодаря трудноконтролируемым движениям других частей тела.

<...> П. Экман и его коллеги также обнаружили, что в ситуации «неправдивых, лживых ответов» может увеличиваться или резко уменьшаться количество движений ног и ступней, что многие люди, говоря неправду, значительно меньше жестикулируют, чем во время правдивой беседы.

Перед началом «лживого ответа» увеличивается время пауз, заполненных движениями тела: прикосновения к себе, изменение позы и т.д.

<...> Рассматривая с этой точки зрения проблему взаимодействия невербального и вербального поведения в общении, необходимо обратить внимание на то, какую информацию субъект собирается передать или скрыть, как при этом изменяется его невербальное поведение и речь, какими индивидуальными особенностями обладают участники общения. Так, Мехрабян обнаружил, что низкотревожные студенты в ситуации «обмана», сокрытия информации делают выражение своего лица более приятным, чем в ситуации передачи правдивой информации. Высокотревожные студенты делали приятное выражение лица только тогда, когда сообщали правдивую информацию. Известно также, что женщины значительно чаще используют пристальные взгляды в процессе беседы с мужчинами, если пытаются их обмануть. Эти данные вступают в противоречие с выводом о том, что в ситуации «лжи» люди отводят взгляд в сторону. <...>

Все эти данные говорят о том, что в ситуации сокрытия информации или передачи ложных сведений особая роль принадлежит невербальным средствам. Они же выступают в роли средства диагностики «лживого поведения».

<...> В ряде работ уделяется огромное внимание изучению роли способа отражения речевого и неречевого поведения с целью прояснения их роли в общении. В качестве таких способов отражения чаще всего рассматриваются визуальный или слуховой контакты. В работах этого направления рассматриваются два вида общения: непосредственное и опосредованное техническими средствами или общение, при котором визуальный контакт невозможен (например, общение по телефону или на большом расстоянии друг от друга). Из этих работ следует, что являются наивными допущения о том, что в процессе непосредственного общения — лицом к лицу — легче уладить споры и добиться согласия. В некоторых ситуациях люди, обсуждая те или иные вопросы по телефону, доверяют своим партнерам значительно чаще, чем тогда, когда беседуют с ними лицом к лицу. Аудиоразговоры являются более деперсонализированными, чем переговоры лицом к лицу. В общении лицом к лицу чаще наблюдается совместная речь, больше возникает помех на пути ведения переговоров, так как отслеживаются невербальные средства общения. Эти данные могут быть интерпретированы как доказательство большей формализации, деперсонализации в ситуации аудиообщения. Несмотря на эти факты, люди предпочитают общение лицом к лицу, так как в этом случае они располагают большим количеством невербальных сигналов. <...>

Г. М. Андреева

АТРИБУТИВНЫЕ ПРОЦЕССЫ¹

<...> В социальной психологии возникает особое направление исследований, посвященных анализу того, каким образом люди интерпретируют причины поведения другого человека в условиях недостаточности информации об этих причинах. При наличии достаточной информации поступки других людей тоже, конечно, интерпретируются, но здесь предполагается, что причины известны. Когда же они неизвестны, средством причинного объяснения выступает приписывание, т.е. осуществляется своеобразное достраивание информации. При этом сфера приписывания становится значительно более широкой — причины приписываются не только поведению отдельного человека, но вообще различным социальным явлениям. Поэтому можно сказать, что процесс атрибуции служит человеку для того, чтобы придать смысл окружающему.

<...> Разработка этой проблематики не означает исследования процесса приписывания причин поведения другому человеку, как это следует делать, а, напротив, как это на самом деле делается обычным человеком, которого Ф. Хайдер назвал «наивным психологом». Хайдер отмечал, что люди в своих обыденных поступках, в обыденной жизни всегда не просто наблюдают явления, но анализируют их с целью осмысления сути происходящего. Отсюда их стремление прежде всего понять причины поведения другого человека, и если не хватает информации относительно этих причин, то люди приписывают их. Обычно они стремятся приписать стабильные, достаточно широко распространенные и типичные причины, хотя по-разному оценивают намеренное и ненамеренное поведение. Чтобы определить в каждом конкретном случае, какую причину следует приписать, необходимо знать возможные типы причин. Для Хайдера — это причины личностные (т.е. когда причина приписывается действию субъекта) и причины, коренящиеся в «среде» (т.е. такие, которые приписываются обстоятельствам).

Это были первые «наброски» теорий каузальной атрибуции. Впоследствии теории эти были значительно обогащены, так что сегодня иногда говорят даже не об атрибутивной теории, а о «психологическом объяснении». Поскольку проблематика атрибуции связана с процессом объяснения человеком окружающего мира, необходимо развести понятия «научное объяснение» и «обыденное объяснение». <...>

¹ *Андреева Г. М.* Атрибутивные процессы // Г. М. Андреева. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2005. С. 73–96.

Научное объяснение выступает как бы «бессубъектным»: неважно, кто объясняет, важен результат. Хотя, как справедливо показал А. В. Юревич, в действительности все же указание на то, кто объясняет, в скрытой форме содержится: у всякого ученого, осуществляющего научное объяснение, свое «личное уравнение», свой «жизненный мир», то есть своя интерпретация объяснимого. Именно это и служит причиной многочисленных ошибок, известных в истории науки.

Обыденное объяснение, напротив, целиком «субъективно»: здесь познает и, значит, объясняет конкретный «наивный субъект», который всегда находится в общении с другим, то есть они объясняют в конце концов вместе, привнося в этот процесс всю совокупность своих отношений. В отличие от научного объяснения, где сначала получается знание и лишь затем оно «накладывается» на действительность, в случае обыденного объяснения оно немедленно, несмотря на свою несовершенную форму, схватывает значение, то есть «подводит его под эталоны» и высвечивает смысл. Поэтому это весьма специфическая форма объяснения, которая существует в виде «приписывания» — атрибуции.

Однако важно последовательно проследить, как развивались идеи атрибуции. Во-первых, с самого начала подчеркивалась потребность человека понять окружающий его мир и атрибуция рассматривалась как одно из средств такого понимания. Во-вторых, само первичное понятие «каузальная атрибуция» было позже заменено более широким понятием «атрибутивные процессы», поскольку было установлено, что люди в процессе познания другого человека приписывают ему не только причины поведения, но часто и определенные личностные черты, мотивы, потребности и пр. В-третьих, в основном усилиями С. Бема, в число атрибутивных процессов были включены и явления самоатрибуции, то есть процессы, относящиеся к восприятию и познанию себя. Бем выступил против Фестингера с его теорией когнитивного диссонанса. По Фестингеру, как мы помним, люди *знают* о несоответствии своих мнений, установок поведению, и отсюда у них диссонанс. Бем считает, что люди *не знают* обычно свои подлинные установки, напротив, они выводят их из своего поведения (узнают, таким образом, задним числом), поэтому сомнительно наличие у них диссонанса. Механизмы самоатрибуции нужно поэтому изучать специально. В-четвертых, были установлены и еще более сложные зависимости. Например, люди часто озабочены не столько поиском причин поведения другого человека, сколько поиском того, что в людях нам может быть полезно: для нас часто важнее ценности человека, чем понимание его природы; действия людей поэтому мы чаще оцениваем по их адекватности, а не по их причинной обусловленности.

Все сказанное служит доказательством того, что при развитии теорий атрибуции в анализ все больше и больше включается широкий круг

вопросов познания, а не только восприятия. Это положение раскрывается с особой очевидностью в теории атрибуции, которая в последние годы предложена рядом социальных психологов в Европе. Эта теория получила название «теории социальной атрибуции». М. Хьюстон и И. Яспарс делают акцент на том, что в атрибутивных теориях должен рассматриваться процесс приписывания причин именно социального поведения. В традиционном подходе акцент делался на том, как индивид осуществляет атрибутивный процесс без учета принадлежности этого индивида к определенной социальной группе. В новом подходе подчеркивается, что индивид приписывает что-либо другому на основе представлений о группе, к которой принадлежит этот «другой». Кроме того, в атрибутивном процессе учитывается и характер взаимодействий, которые сложились в группе, к которой принадлежит субъект восприятия. <...>

При более подробном рассмотрении атрибутивных процессов нужно обсудить как минимум два кардинальных вопроса: как осуществляется сам процесс (т.е. какой логике подчиняется, каковы его компоненты, этапы и пр.) и откуда «берутся» приписываемые причины?

1. Логический путь приписывания причин

Наиболее развернутый ответ на первый вопрос дан в концепции Э. Джонса и К. Дэвиса. Ими предложена схема, которая помогает понять логический путь, которым следует человек, приписывая причины поведения другому человеку (рис. 1).



Реальный процесс: слева направо →

Наблюдатель интерпретирует: справа налево ←

Рис. 1. Теория «корреспондентного выведения». Схема Э. Джонса и К. Дэвиса

Реальный процесс осуществляется по направлению слева направо (рис. 1): человек прежде всего обладает некоторыми личностными чертами — диспозициями (например, долей безответственности), затем намерениями — интенциями (например, автомобилист намеревается успеть «проскочить» на красный свет), затем актуализует то и другое при

помощи знаний, в нашем случае плохой подготовкой на экзамене по получению водительских прав, а также способностей (например, недостаточной быстротой реакций при виде препятствия). Результат — автомобилист сшибает пешехода.

Иной порядок следования событий раскрыт наблюдающему: индивид прежде всего наблюдает следствия каких-то действий другого человека (например, как автомобилист сшиб пешехода), он может также наблюдать и само действие (видел, как автомобилист проехал на красный свет). Но далее он уже ничего наблюдать не может: он может только умозаключать что-то относительно знаний совершившего поступок или его способностей. Продолжая это рассуждение, человек может нечто предположить относительно намерений (интенций) субъекта поступка или даже относительно характеристик его личности (диспозиций). Но все это будет уже определенной мыслительной операцией, которую Джонс и Дэвис назвали **«корреспондентным выводением»**, т.е. осуществлением вывода, соответствующего ряду наблюдаемых фактов. Наблюдатель, таким образом, движется в своих заключениях справа налево, на этом пути он и осуществляет процесс приписывания. Процесс вывода («вывода») расшифровывается более подробно: выделяются две его стадии: а) атрибуция интенций; б) атрибуция диспозиций. На первом этапе наблюдатель умозаключает, намеренно ли действие или нет. (В нашем примере действие намеренно, так как водитель, каким бы плохим учеником на курсах он ни был, знал возможные последствия и мог совершить действие.) Второй шаг наблюдателя — анализ того, какие диспозиции стоят за этим (в нашем случае наблюдатель может заключить о безответственности водителя).

Это поэтапное рассуждение, естественно, может включать в себя ряд ошибок. Оказалось, что многие ошибки зависят от двух показателей: а) уникально или типично действие; б) социально желательно оно или нет. <...>

Первую идею подтверждает эксперимент Э. Джонса, К. Дэвиса и К. Гергена. Испытуемые слушали симулированные интервью с людьми, якобы отбираемыми в космонавты и в подводники. Интервьюер описывал идеального космонавта как интроверта, а подводника как экстраверта. Затем испытуемым дали прослушать записи бесед с теми людьми, которые якобы намеревались стать космонавтами или подводниками. Половине испытуемых предложили записи бесед с теми, кто четко продемонстрировал интроверсию или экстраверсию, и попросили указать, к какой профессии пригодны данные люди. Распределение было сделано безошибочно. Другой половине испытуемых дали прослушать ответы претендующих на роль космонавтов, но демонстрирующих экстраверсию, и претендующих на роль подводников, но демонстрирующих интроверсию. Когда испытуемым предложили дать характеристики этим

людям с точки зрения их годности к профессии, то были получены далеко не однозначные интерпретации: не было прямых отвержений людей, продемонстрировавших качества, противопоставленные данной профессии. Вместо этого последовали просто более подробные описания личности отбираемых, более сложные их интерпретации. Так, например, экстравертированные «космонавты» описывались как конформные и вместе с тем склонные к кооперации, что якобы и обусловило проявление качеств, принятых за интроверсию. Интровертированные же «подводники» наделялись такими качествами, как независимость и несклонность к кооперации, что и дало основания им высказать суждения, «похожие» на экстраверсию.

Это позволило сделать такое заключение: поведение, демонстрирующее явные ролевые образцы, не нуждается в особом объяснении, но отходящее от ролевых требований нуждается в специальном объяснении, ибо оно «интригует», так как обладает низкой социальной желательностью. Тот факт, что для такого поведения есть мало резонансов, заставляет оценивающего в большей степени апеллировать к интенциям и диспозициям личности. Именно в этих ситуациях особенно велик простор для приписывания.

Таким образом, в случае нетипичного поведения (а «типичность» в данном случае была задана экспериментатором) объяснения поведения других людей получили весьма развернутый характер, то есть атрибутивный процесс здесь проявился особенно отчетливо. <...>

Позже к названным двум условиям возникновения ошибок в атрибутивном процессе прибавились еще два. Факторами, обуславливающими адекватность или неадекватность вывода, являются: тип атрибуции (насколько «верно» в конкретном случае употреблен «нужный» тип атрибуции) и позиция субъекта восприятия (является ли он лишь наблюдателем или участником процесса). Каждый из названных факторов требует особого рассмотрения.

2. Теория каузальной атрибуции Г. Келли

Вопрос о различных типах причин, которые могут быть приписываемы объекту восприятия, это вопрос о том, «откуда» вообще берутся приписываемые причины. На этот вопрос и отвечает развернутая теория атрибутивного процесса, предложенная Г. Келли. В этой теории разбираются два случая.

1. Когда воспринимающий черпает информацию из *многих* источников и имеет возможность различным образом комбинировать поведение объекта и его причины, выбрав *одну* из них. Например, вы пригласили кого-то в гости, а тот человек отказался. Как объяснить, в вас ли здесь дело или в приглашенном? Если вы знаете, что этот человек отказал в это

же время и другим друзьям, а в прошлом вас не всегда отвергал, то вы скорее припишите причину отказа ему, а не себе. Но это возможно лишь в том случае, если у вас есть неоднократные наблюдения.

2. Когда воспринимающий имеет *одно-единственное* наблюдение и тем не менее должен как-то объяснить причину события, которых может быть *несколько*. В нашем примере о водителе, сбившем пешехода, вы ничего более не знаете ни о водителе (сбивал ли он раньше других пешеходов или это с ним случилось в первый раз), ни о пешеходе (может быть, он так невнимателен, что и раньше много раз становился жертвой автомобилистов). В данном случае воспринимающий, имея лишь одно наблюдение, может допустить много различных причин.

Для каждого из этих двух случаев предназначен специальный раздел теории Г. Келли: первый случай рассматривается в *модели анализа вариаций* (ANOVA), второй — в *теории каузальных схем*.

Модель анализа вариаций содержит перечень структурных элементов атрибутивного процесса: Субъект, Объект, Обстоятельства. Соответственно называются три вида причин (а не два, как у Хайдера): личностные, объектные (или стимульные) и обстоятельственные. Три вида элементов и три вида причин составляют «каузальное пространство». Это каузальное пространство изображается при помощи куба, стороны которого обозначают виды атрибуции. Сущность процесса приписывания причин заключается в том, чтобы находить адекватные варианты сочетания причин и следствий в каждой конкретной ситуации. (Надо помнить, что в этом случае воспринимающий имеет возможность пользоваться данными многих, а не одного наблюдения и в результате этого определить одну причину.) Лучше всего это пояснить на примере.

Петров сбежал с лекции по социальной психологии. В чем причина этого поступка:

- в «личности» Петрова, и тогда мы должны приписать личностную причину;
- в качестве лекции, и тогда мы должны приписать объектную причину;
- в каких-то особых обстоятельствах, и тогда мы должны приписать обстоятельственную причину?

Для ответа на этот вопрос необходимо сопоставить данные других наблюдений. Их можно свести в три группы суждений (основанных на предшествующих наблюдениях).

1. а) почти все сбежали с этой лекции;
б) никто другой не сбежал с нее.
2. а) Петров не сбежал с других лекций;
б) Петров сбежал и с других лекций.
3. а) в прошлом Петров также сбежал с этой лекции;
б) в прошлом Петров никогда не сбежал с нее.

Теперь, чтобы правильно подобрать причину, нужно ввести три «критерия валидности»:

- **подобия** (консенсус), подобно ли поведение субъекта (Петрова) поведению других людей?
- **различия**, отлично ли поведение субъекта (Петрова) к данному объекту от отношения его к другим объектам (лекциям)?
- **соответствия**, является ли поведение субъекта (Петрова) одинаковым в разных ситуациях?

В приведенных выше суждениях можно выделить пары пунктов, которые будут являться проверкой на каждый из критериев.

Пункты 1а и 1б — проверка на подобие.

Пункты 2а и 2б — проверка на различие.

Пункты 3а и 3б — проверка на соответствие.

Далее Келли предлагает «ключ», то есть те комбинации, которые позволяют приписывать причину адекватно. «Ключ» представляет собой ряд правил, по которым следует строить заключение.

Термины, используемые в данном «ключе», обозначают: «низкое» — место, которое соответствует строке, занимаемой суждением, т.е. суждение, обозначаемое буквой «б»; «высокое» — место (строка) суждения в таблице, обозначаемое буквой «а». Тогда возможные комбинации суждений выглядят следующим образом.

Если: низкое подобие (1б), низкое различие (2б), высокое соответствие (3а), то атрибуция *личностная* (1б–2б–3а).

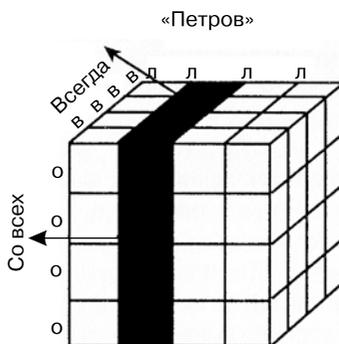
Если высокое подобие (1а), высокое различие (2а), высокое соответствие (3а), то атрибуция *объектная* (1а–2а–3а).

Если низкое подобие (1б), высокое различие (2а), низкое соответствие (3б), то атрибуция *обстоятельственная* (1б–2а–3б).

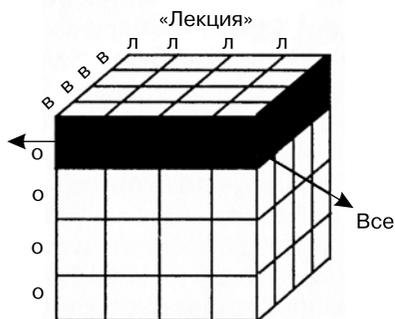
С этим «ключом» сопоставляются ответы испытуемого (т.е. того, кто оценивает ситуацию). Ответы эти предлагается дать, глядя в «таблицу» и сопоставляя их тем самым с имевшими место ранее наблюдениями. Например, наблюдатель знает, что никто другой не сбежал с упомянутой лекции (1б); он также знает, что Петров сбежал и с других лекций (2б); ему известно, что и в прошлом Петров сбежал с этой лекции (3а). Если в таком случае испытуемый предлагает вариант 1б–2б–3а, то есть приписывает причину Петрову, то можно считать, что он приписал ее правильно.

Также правильным будет приписывание причины «лекция» (т.е. объектной) в том случае, если наблюдатель изберет набор 1а–2а–3а. В случае с обстоятельственной причиной дело обстоит сложнее. Согласно «ключу» набор суждений, дающий основание приписать обстоятельственную причину, должен быть 1б–2а–3б (то есть «Никто другой с лекции не сбежал», «Петров не сбежал с других лекций», «В прошлом Петров никогда с нее не сбежал»). Как видно, здесь ситуация не очень

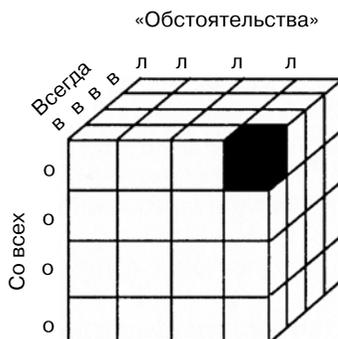
I — личностная
(Петров)
1б–2б–3а



II — стимульная
(лекция)
1а–2а–3а



III — обстоятельственная
(время)
1б–2а–3б
(ситуация неопределенная)



Обозначения: л — личности
о — объекты (стимулы)
в — время (обстоятельства)

Рис. 2. Иллюстрация «локуса каузальности» Г. Келли

определенная, во всяком случае неясно, виноват Петров или лекция. Очевидно поэтому приходится трактовать причину как коренящуюся в обстоятельствах, хотя это и не полностью оправданно.

Обращаясь к кубу, на котором Келли обозначил три типа возможных причин, теперь следует показать, как на нем располагаются ситуации нашего примера (рис. 2):

1. Личностная: 1б–2б–3а (причина — Петров).
2. Объектная: 1а–2а–3а (причина — лекция).
3. Обстоятельственная: 1б–2а–3б (причина — обстоятельства).

В третьем случае неопределенность ситуации очевидна. Схему, предложенную Келли, нельзя рассматривать как абсолютную. В ряде случаев, как отмечает и сам автор, индивид может демонстрировать выбор и сложных причин, например «лично-объектную» (когда налицо 1а–2б–3а). В дальнейшем мы остановимся и на других возражениях оппонентов Келли. Все же важно подчеркнуть, что предложенная схема имеет определенное значение для формулирования хотя бы первых правил, более или менее адекватного приписывания причин. <...>

В целом же вывод, который следует из описания принципа ковариации (сочетания вариантов), звучит так: «Эффект приписывается одной из возможных причин, с которой он ковариантен по времени». Иными словами, принцип ковариации заключается в следующем: эффект приписывается условию, которое представлено, когда эффект представлен, и отсутствует, когда эффект отсутствует; в нем исследуются изменения в зависимой переменной при варьировании независимой переменной.

Вместе с тем существенную поправку к схеме Келли дает анализ таких ситуаций атрибуции, когда в них отдельно выявляется позиция *участника* события и его *наблюдателя*. Поскольку при этом обнаружены достаточно типичные ошибки атрибутивного процесса, ситуация эта будет рассмотрена в соответствующем разделе.

Сейчас же необходимо рассмотреть вторую возможность приписывания причин, когда многочисленных наблюдений нет и можно предполагать наличие многих причин.

Вторая часть теории Келли получила название «*принцип конфигурации*». Его суть в том, что при условии недостаточности информации по критериям подобия, различия и соответствия воспринимающий должен обрисовать для себя всю конфигурацию возможных причин и выбрать одну из них. Для того чтобы облегчить задачу отбора единственной из многих возможных причин, предлагается следующая классификация причин: а) обесценивания; б) усиления; в) систематического искажения информации. В совокупности эти три разновидности причин образуют «*принципы конфигурации*». Их необходимость продиктована тем, что предложенные в модели ANOVA нормативы оказываются недостаточными. Они представляют собой идеальный образец схемы, по кото-

рой должен рассуждать человек. В действительности в реальных ситуациях у субъекта часто нет времени на «приложение» схемы и чаще всего он умозаключает о причинах на основании одного-единственного следствия, хотя и включает при этом свой прошлый опыт. Именно этот прошлый опыт позволяет ему отдать предпочтение одной из названных выше трех разновидностей причин.

Принцип *обесценивания* означает, что субъект отбрасывает те причины, которым есть альтернатива (ибо таковые причины «обесцениваются»). Пример приводится в известном эксперименте Тибо и Риккена: демонстрировалась «угодливость поведения» двух людей — с высоким и низким социальным статусом. Испытуемых просили объяснить причины такого поведения. Они выбирали разные причины: для «низкого» по статусу выбиралась как внутренняя причина (его бессилие в жизни), так и внешняя (желание получить помощь). Для «высокостатусного» теоретически можно предположить эти же причины. Однако испытуемые в данном случае отбрасывали внешнюю причину (так как, по их мнению, высокостатусный не нуждается в помощи): внешняя причина обесценилась наличием альтернативы (сам себе может помочь). Поэтому во втором случае причина приписана внутренним качествам высокостатусного человека (такой уж он есть). Отсюда видно, что относительно первого случая вывод неясен: могут быть справедливы обе причины. Но по противопоставлению второму случаю с высокостатусным низкостатусному в эксперименте чаще приписывалась внешняя причина.

Специфическим вариантом принципа обесценивания является принцип *усиления*. Суть его в том, что чаще приписывается причина, которая чем-нибудь усиливается: например, она кажется более вероятной, потому что встречает препятствие. Келли приводит такой пример. Фрэнк и Тони выполняют задание. Фрэнк — трудное, Тони — среднее. Оба успешны. Предлагается ответить на вопрос, в чем причина их успеха: в способностях того и другого или во внешних обстоятельствах? Обычно способности (внутренняя причина) приписываются Фрэнку, так как для него препятствие — трудность задания — лишь усиливает предположение о его высоких способностях.

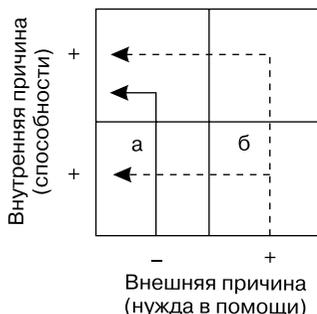
Оба приведенных примера могут быть проиллюстрированы следующими схемами (рис. 3).

Отсюда видно, что причина «усиливается» в тех случаях, когда она обладает высокой значимостью для того, кто совершает поступок, или когда ее наличие означает для действующего лица самопожертвование, или когда действие по этой причине связано с риском. <...> То есть, когда действие совершается трудно, причина его чаще приписывается субъекту, т.е. имеет место личностная атрибуция.

Но здесь уже вступает в силу третий из предложенных Келли типов конфигурации — *систематическое искажение суждений о людях*.

А. Обесценивания

Эксперимент
Тибо–Риккена
«угодливое
поведение»



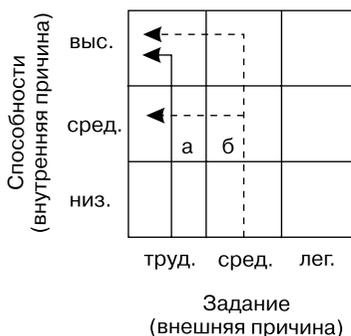
а) — высокий статус
б) --- низкий статус

(Вывод затруднен:
внутренняя причина обесценена альтернативой)

Б. Усиления

Пример Г. Келли
«кто способнее:
Фрэнк или Тони?»

а) — б) ---
(оба успешны)



«Трудность» — усиливающая причина (для Фрэнка)

Рис. 3. Принципы конфигурации Г. Келли
(одно наблюдение → много возможных причин)

Но этот принцип удобнее рассмотреть в разделе, посвященном ошибкам атрибуции.

3. Ошибки атрибуции

Как мы видели, классическая теория атрибуции склонна рассматривать субъекта восприятия как вполне рациональную личность, которая, руководствуясь моделью ANOVA, знает, как надо приписывать причину. Но эта же теория утверждает, что на практике дело обстоит совсем иным образом: люди осуществляют атрибуцию быстро, используя со-

всем мало информации (часто одно-единственное наблюдение) и демонстрируя достаточную категоричность суждения. Поэтому вводится и более «мягкая» модель — принцип конфигурации. Но руководствоваться и этим принципом непросто: есть еще ряд обстоятельств, которые могут привести к ошибке. Поэтому полезно как минимум дать классификацию возможных ошибок, чтобы более критично относиться к собственным объяснениям.

Сам термин «ошибка» употребляется в атрибутивных теориях достаточно условно. Это не ошибка, как она понимается в классической логике. Там «ошибка» или «искажение» — это отклонение от нормативной модели, отход от принятых критериев валидности. В исследованиях по атрибуции нет такой четкой модели, отклонение от которой легко было бы зафиксировать. Поэтому здесь было бы точнее употреблять термин «искажение» или «предубеждение», но по традиции в языке атрибутивных теорий сохраняется термин «ошибка». Итак, какие же ошибки наиболее типичны?

В результате многочисленных экспериментов были выведены два класса ошибок атрибуции: фундаментальные и мотивационные.

Характер фундаментальных ошибок описывают Э. Джонс и Р. Нисбет на таком примере. Когда плохо успевающий студент беседует с научным руководителем о своих проблемах, то часто можно зафиксировать их различные мнения по этому поводу. Студент, естественно, ссылается на обстоятельства: здоровье, стресс, домашние дела, потеря смысла жизни и пр. Научный руководитель хочет верить в это, но в душе не согласен, так как прекрасно понимает, что дело не в обстоятельствах, а в слабых способностях или лени, неорганизованности студента и т.п. Позиции в данном случае различны у участника события (студент) и наблюдателя (преподаватель). <...>

На таких наблюдениях основано, в частности, выделение **фундаментальных ошибок** атрибуции. Главная заключается в переоценке личностных и недооценке обстоятельственных причин. Л. Росс назвал это явление «сверхатрибуция». Он же обрисовал условия возникновения таких ошибок.

1. *«Ложное согласие»* выражается в том, что воспринимающий принимает свою точку зрения как «нормальную» и потому полагает, что другим должна быть свойственна такая же точка зрения. Если она иная, значит дело в «личности» воспринимаемого.

Феномен «ложного согласия» проявляется не только в переоценке типичности своего поведения, но и в переоценке своих чувств, верований и убеждений. Некоторые исследователи полагают, что «ложное согласие» вообще является главной причиной, по которой люди считают собственные убеждения единственно верными.

2. **«Неравные возможности»** отмечаются в ролевом поведении: в определенных ролях легче проявляются собственные позитивные качества, и апелляция совершается именно к ним (т.е. опять-таки к личности человека, в данном случае обладающего такой ролью, которая позволяет ему в большей мере выразить себя). Здесь воспринимающий легко может переоценить личностные причины поведения, просто не приняв в расчет ролевую позицию действующего лица.

Л. Росс продемонстрировал это положение при помощи такого эксперимента. Он разделил группу испытуемых на «экзаменаторов» и «экзаменуемых». Первые задавали различные вопросы, и «экзаменуемые», как могли, отвечали на них. Затем Росс попросил испытуемых оценить свое поведение. «Экзаменаторы» оценили и себя и «экзаменуемых» достаточно высоко, а вот последние приписали большую степень осведомленности «экзаменаторам», их личности. В данном случае не было учтено то обстоятельство, что по условиям эксперимента «экзаменаторы» выглядели «умнее» просто потому, что это было обусловлено их ролевой позицией. <...>

3. **«Большее доверие вообще к фактам, чем к суждениям»**, проявляется в том, что первый взгляд всегда обращен к личности. В наблюдаемом сюжете личность непосредственно дана: она — безусловный «факт», а обстоятельство еще надо «вывести».

4. **«Легкость построения ложных корреляций»**. Сам феномен ложных корреляций хорошо известен и описан. Он состоит в том, что наивный наблюдатель произвольно соединяет какие-либо две личностные черты как обязательно сопутствующие друг другу. Особенно это относится к неразрывному объединению внешней черты человека и какого-либо его психологического свойства (например, «все полные люди — добрые», «все мужчины невысокого роста — властолюбивы» и пр.). Ложные корреляции облегчают процесс атрибуции, позволяя почти автоматически приписывать причину поведения наблюдаемой личности, совершая произвольную «связку» черт и причин.

5. **«Игнорирование информационной ценности неслучившегося»**. Основанием для оценки поступков людей может явиться не только то, что «случилось», но и то, что «не случилось», т.е. и то, что человек «не сделал». Однако при наивном наблюдении такая информация о «неслучившемся» нередко опускается. Поверхностно воспринимается именно «случившееся», а субъект «случившегося» — личность. К ней прежде всего и апеллирует наивный наблюдатель.

Существует и еще много объяснений, почему так распространены фундаментальные ошибки атрибуции. Так, Д. Гилберт утверждал, что «первая атрибуция» — всегда личностная, она делается автоматически, а лишь потом начинается сложная работа по перепроверке своего суждения о причине. По мнению Гилберта, она может осуществляться либо

«по Келли», либо «по Джонсу и Дэвису». Аналогичную идею высказывал и Ф. Хайдер, считавший, что «причинную единицу» образуют всегда «деятель и действие», но «деятель» всегда «более выпукл», поэтому взор воспринимающего прежде всего обращается именно на него. Более глубокие объяснения феномена фундаментальной ошибки даются теми авторами, которые апеллируют к некоторым социальным нормам, представленным в культуре. Так, для западной традиции более привлекательной идеей, объясняющей, в частности, успех человека, является ссылка на его внутренние, личностные качества, чем на обстоятельства. С. Московиси полагает, что это в значительной мере соотносится с общими нормами индивидуализма, а Р. Браун отмечает, что такая норма предписана даже в языке. Косвенным подтверждением таких рассуждений является эксперимент Дж. Миллер, в котором вскрыто различие традиционной культуры индивидуализма и восточной культуры: в ее эксперименте индусские дети, выросшие в США, давали в экспериментальной ситуации личностную атрибуцию, а выросшие в Индии — обстоятельственную.

К факторам культуры следует добавить и некоторые индивидуально-психологические характеристики субъектов атрибутивного процесса: в частности, было отмечено, что существует связь предпочитаемого типа атрибуции с «локусом контроля». <...> Интерналы чаще употребляют личностную атрибуцию, а экстерналы — обстоятельственную.

Исследования фундаментальных ошибок атрибуции были дополнены изучением того, как приписываются причины поведению другого человека в двух различных ситуациях: когда тот *свободен* в выборе модели своего поведения и когда тому данное поведение *предписано* (т.е. он несвободен в выборе). Казалось бы, естественно ожидать, что личностная атрибуция будет осуществлена значительно более определенно в первом случае, где наблюдаемый индивид — подлинный субъект действия. Однако в ряде экспериментов эта идея не подтвердилась.

Интересен эксперимент Джонса и Харриса. Испытуемым, разделенным на две группы, давались тексты «речей» их товарищей с просьбой оценить причины позиций авторов, заявленных в этих «речах». Одной группе говорилось, что позиция оратора выбрана им свободно, другой — что эта позиция оратору предписана. Во втором случае было три варианта: а) якобы текст «речи» — это работа студента по курсу политологии, где от него требовалось дать краткую и убедительную защиту Ф. Кастро и Кубы; б) якобы текст «речи» — это выдержка из заявления некоего участника дискуссии, где ему также была предписана руководителем одна из позиций (про-Кастро или анти-Кастро); в) якобы текст — это магнитофонная запись психологического теста, в котором испытуемому была дана точная инструкция, заявить ли ему позицию «за» Кастро или «против» Кастро.

В ситуации «свободный выбор», как и следовало ожидать, испытуемые совершили традиционную фундаментальную ошибку атрибуции и приписали причину позиции оратора его личности. Но особенно интересными были результаты приписывания причин в ситуации «несвободный выбор». Несмотря на знание того, что оратор во всех трех ситуациях был принужден заявить определенную позицию, испытуемые во всех случаях приписали причину позиции автора его личности. Причем в первой ситуации они были убеждены, что именно автор конспекта по политологии «за» Кастро. Во второй ситуации (когда он волен был выбрать одну из позиций) испытуемые посчитали, что если была заявлена позиция «за» Кастро, значит автор сам «за» Кастро, если же заявлена позиция «против» Кастро, значит автор действительно «против». Также и в третьей ситуации испытуемые приписали причину позиции только и исключительно автору речи. Результаты эксперимента показали, таким образом, что, даже если известен вынужденный характер поведения воспринимаемого человека, субъект восприятия склонен приписывать причину не обстоятельствам, а именно личности деятеля.

Сказанное делает тем не менее очевидным тот факт, что фундаментальные ошибки атрибуции не носят абсолютного характера, то есть их нельзя считать универсальными, проявляющимися всегда и при всех обстоятельствах. В действительности к названным ограничениям добавляются еще и другие. Самое важное из них сформулировано в теориях атрибуции как проблема «наблюдатель — участник».

В экспериментах (Э. Джонс и Р. Нисбет) установлено, что перцептивная позиция наблюдателя события и его участника, как это было в приведенном примере, существенно различны. И различие это проявляется, в частности, в том, в какой мере каждому из них свойственна фундаментальная ошибка атрибуции. Выявлено, и мы это уже видели, что она присуща прежде всего наблюдателю. Участник же чаще приписывает причину обстоятельствам. Почему? Существует несколько объяснений.

1. Наблюдатель и участник обладают *различным уровнем информации*: наблюдатель в общем мало знает о ситуации, в которой разворачивается действие. Как уже отмечалось, он прежде всего схватывает очевидное, а это очевидное — личность деятеля. Участник же лучше знаком с ситуацией и более того — предысторией действия. Она его научила считаться с обстоятельствами, поэтому он и склонен в большей степени апеллировать к ним.

2. Наблюдатель и участник обладают *разным «углом зрения»* на наблюдаемое, у них различный перцептивный фокус. Это было ярко проиллюстрировано в известном эксперименте М. Стормса. На беседу, фиксированную камерами, были приглашены два иностранца. Кроме того, присутствовали два наблюдателя, каждый из которых фиксировал

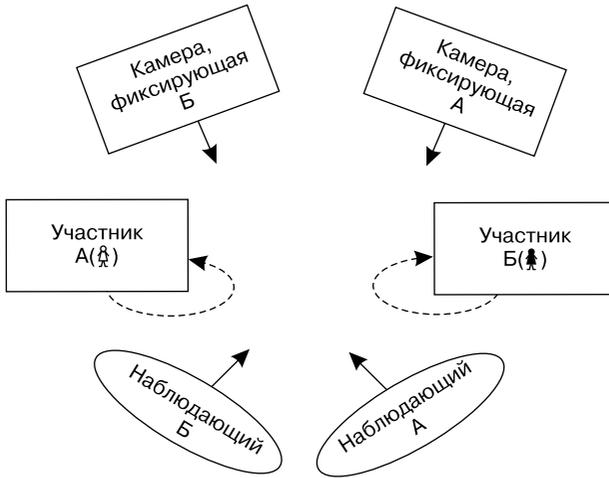
характер беседы (взаимодействия) «своего» подопечного. Затем субъектам беседы были предъявлены записи их действий. Теперь они выступали уже как наблюдатели самих себя. Стормс предположил, что можно изменить интерпретации поведения, изменяя «визуальную ориентацию». Гипотеза была полностью подтверждена. Если сравнить суждения *A* о себе (в беседе) в том случае, когда он выступал участником, с теми суждениями, которые он выразил, наблюдая себя, то они существенно расходились. Более того, суждения *A* о себе, наблюдаемом, практически полностью совпадали с суждениями его наблюдателя. То же произошло и с субъектом *B* (рис. 4).

Отсюда видно, что участники, когда видят себя на экране, дают более «личностную» атрибуцию своему поведению, так как теперь они не участники, а наблюдатели. Вместе с тем и «истинные» наблюдатели также меняют свой угол зрения. В начале эксперимента они были подлинными «наблюдателями» и потому видели личностные причины поведения подопечных (именно эту их картинку повторили бывшие участники, увидев себя на экране). Далее наблюдатели, хотя и остались наблюдателями, но смотрели уже не первичные действия своего подопечного, а как бы вторичное их воспроизведение на экране. Они теперь лучше знают «предысторию» и начинают «походить» на участника действия, поэтому приписывают в большей мере обстоятельственные причины.

Этот эксперимент в значительной мере приближает нас к рассмотрению второго типа ошибок атрибуции — мотивационных.

Мотивационные ошибки атрибуции — это различные виды «защиты», пристрастия, которые субъект атрибутивного процесса включает в свои действия. Сама идея включения мотивации в атрибуцию возникла уже при первых исследованиях этого процесса. <...> Первоначально эти ошибки были выявлены в ситуациях, когда испытуемые стремились сохранить свою самооценку в ходе приписывания причин поведения другого человека. Величина самооценки зависела в большой степени от того, приписываются ли себе или другому успехи и неудачи. Была выявлена тенденция, свойственная человеку, видеть себя в более позитивном свете, чем это гарантировалось бы беспристрастной позицией. Однако достаточных экспериментальных данных для подтверждения этой тенденции получено не было, и на какое-то время интерес к мотивационным ошибкам утратился. Фундаментальные ошибки оказались в фокусе интереса исследователей. Но как только стало возникать опасение, что вообще вся проблематика атрибутивных процессов слишком гипертрофирует роль рациональных компонентов в восприятии социальных объектов, обозначился новый виток интереса и к проблемам мотивации социального познания вообще, и к мотивационным ошибкам атрибуции в частности.<...>

1-й этап



2-й этап

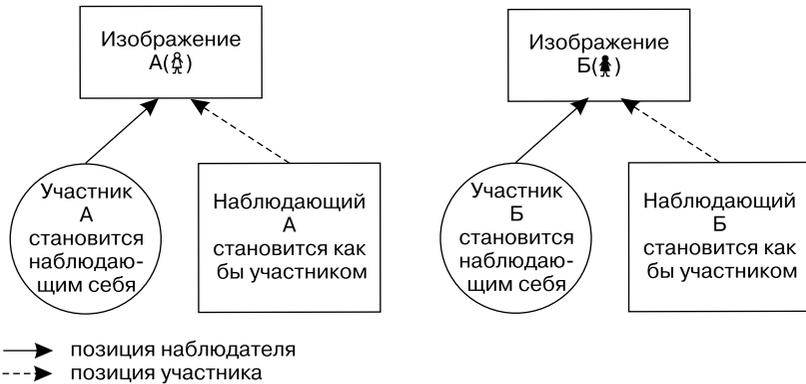


Рис. 4. Изменение позиций участника и наблюдателя (эксперимент М. Стормса)

Значительная разработка этой проблемы принадлежит *Б. Вайнеру*. Он предложил рассматривать три измерения в каждой причине: внутреннее — внешнее; стабильное — нестабильное; контролируемое — неконтролируемое. Различные сочетания этих измерений дают восемь моделей (возможных наборов атрибуций):

- 1) внутренняя — стабильная — неконтролируемая;
- 2) внутренняя — стабильная — контролируемая;
- 3) внутренняя — нестабильная — неконтролируемая;

- 4) внутренняя — нестабильная — контролируемая;
- 5) внешняя — стабильная — неконтролируемая;
- 6) внешняя — стабильная — контролируемая;
- 7) внешняя — нестабильная — неконтролируемая;
- 8) внешняя — нестабильная — контролируемая.

Вайнер предположил, что каждое сочетание включает в себя различную мотивацию. Это можно пояснить следующим примером. Ученик плохо ответил урок. В разных случаях он по-разному объясняет свое поведение: если он сослался на низкие способности к данному предмету, то избирает ситуацию 1; если он признает, что ленился, то, возможно, выбирает ситуацию 2; если сослался на внезапную болезнь перед ответом, то выбирает ситуацию 3; если отвлекся на просмотр телепередачи — ситуацию 4; если обвинил школу в слишком высокой требовательности, то выбирает ситуацию 5; если учитель оценивается как плохой — то ситуацию 6; если просто «не везет» — то ситуацию 7; наконец, если сосед ремонтирует дом и постоянно стучит, мешая заниматься, то это будет уместно объяснить ситуацией 8.

Как видно, процесс объяснения причин здесь включает в себя представление о достигаемой цели, иными словами, связан с *мотивацией достижения*. Более конкретная связь установлена Вайнером между выбором причины и успешностью или неуспешностью действия. Идея эта поясняется при помощи эксперимента: испытуемым обрисован гипотетический человек, который был либо успешен, либо неуспешен в каком-либо задании. Трудность задания при этом обозначалась как «внешняя» причина, а способности человека — как «внутренняя» причина. Выявлено, что если человек более способный, то его успех приписывается внутренней причине, а неуспех — причине внешней. Напротив, для человека менее способного успех приписывается внешней причине (задание не слишком сложное), а неуспех — внутренней причине (такой уж он).

Этот же эффект был установлен и относительно статуса человека: один тип объяснения давался для высокостатусного и другой тип — для низкостатусного. <...>

Из трех предложенных «делений» причин лучше исследованы первые два: внутренние — внешние и стабильные — нестабильные. Причем именно манипуляции с этими двумя типами причин и порождают большинство мотивационных ошибок. Как мы видели, приписывание внутренних или внешних причин зависит от статуса воспринимаемого, в случае же оценивания своего поведения — от самооценки. Приписывание стабильных — нестабильных причин особенно тесно связано с признанием успеха — неудачи. Если объединить все эксперименты, касающиеся использования этих двух пар причин, то результат везде однозначен: в случае успеха себе приписываются внутренние причины, в случае

неуспеха — внешние (обстоятельства); напротив, при объяснении причин поведения другого возникают разные варианты, которые только что рассматривались.

<...> Теперь можно подвести итоги рассмотрения теорий атрибуции в контексте их места в психологии социального познания.

Итак, атрибутивный процесс начинается с мотивации индивида понять причины и следствия поступков других людей, то есть в конечном счете понять смысл человеческих отношений. Причем у человека всегда присутствует как потребность понять эти отношения, так и потребность предсказать дальнейший ход этих отношений. В отличие от теорий когнитивного соответствия в теории каузальной атрибуции достижение когнитивного соответствия не есть необходимый и желаемый результат когнитивной «работы». Соответствие здесь есть скорее критерий для понимания того, когда причинное объяснение кажется достаточным. Причина, которую индивид приписывает явлению (или человеку), имеет важные последствия для него самого, для его чувств и поведения. Значение события и реакция человека на него детерминированы в большей степени приписанной причиной. Поэтому сам поиск причин, их адекватный выбор в различных ситуациях есть важнейшее условие ориентации человека в окружающем его социальном мире.

А. И. Донцов, Т. Г. Стефаненко

СОЦИАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА¹

<...>

История и современное состояние изучения стереотипов связаны с систематически возобновляющимися попытками ответить на три главных вопроса: 1) что такое стереотип, каковы его свойства? 2) почему он возникает? 3) можно ли, а если да, то как его изменить?

Отвечая на первый вопрос, социальные психологи сегодня почти единодушны в том, что «стереотипы — это характеристики, которые *описывают* членов социальных групп или категории, *приписываются им* или *ассоциируются с ними*». Что касается свойств стереотипа, чаще всего их перечень включает пять своеобразных «измерений» данного феномена, каждое из которых является предметом оживленных дискуссий.

Первое из этих свойств — **согласованность** или «социетальный консенсус», иными словами, высокая степень единства представлений среди членов стереотипизирующей группы. <...>

¹ Донцов А. И., Стефаненко Т. Г. Социальные стереотипы: Вчера, сегодня, завтра // Социальная психология в современном мире. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 76–96.

Традиционно существовали две гипотезы, объясняющие причины согласованности стереотипов. Согласно одной из них, являющейся естественным следствием трактовки стереотипов как предубеждений, консенсус отражает единообразную предвзятость части индивидов. Согласно второй, консенсус вытекает из недостатка личных контактов со стереотипизируемой группой, иными словами, из широко распространенного невежества, и ослабляется при межличностном взаимодействии.

Однако «гипотеза предубеждения» и «гипотеза невежества» не получили подтверждения в эмпирических исследованиях. В частности, было обнаружено, что люди имеют согласованные представления о группах, с которыми они находятся в контакте и к которым они испытывают симпатию. Самый яркий пример этой тенденции — согласованность автостереотипов.

В последние десятилетия традиционные гипотезы, объясняющие согласованность стереотипов, были отброшены, но вместе с ними многие авторы отказались и от рассмотрения консенсуса в качестве обязательной и необходимой характеристики стереотипов. В некоторых работах последних лет утверждается, что критерий консенсуса стереотипов является не просто ограниченным, а излишним: так как стереотипы «размещены в голове индивидов», они должны изучаться как уникальные индивидуальные убеждения. Признание согласованности стереотипов химерой и игрой воображения исследователей частично обосновывается эмпирическими результатами. Так, в исследовании Каца и Брейли только 5,8% черт были приписаны группам более чем 50% испытуемых, а в повторных исследованиях, проведенных в Принстоне в 50–60-е гг., таковых черт оказалось 2,4% и 4,6% соответственно.

Впрочем, существует и прямо противоположная точка зрения, сторонники которой, признавая, что индивидуальные убеждения о социальных группах существуют, задаются вопросом, могут ли они считаться стереотипами. В попытке ответить на этот вопрос в ряде исследований изучались связи между существующими в восприятии индивидов культурными стереотипами и их собственными представлениями о характеристиках тех или иных групп. Получены доказательства того, что личные убеждения в большей степени, чем культурные стереотипы, связаны с предубеждениями и эмоциями, более выпуклы во время сознательного процесса переработки социальной информации о группах. Все это позволило П. Дивайн заключить, что стереотипы и личные убеждения — различные когнитивные структуры, каждая из которых представляет собой часть базы знаний индивида о какой-либо группе.

В современных подходах к исследованию стереотипов выделяется несколько причин, порождающих их согласованность. Предполагается, что консенсус возникает либо потому, что группа людей подвергает-

ся воздействию сходной информации («модель ввода общей информации»), либо благодаря «процессу бессмысленной конформности».

Однако большинство авторов, объясняя согласованность стереотипов у представителей социальной группы, по-прежнему апеллируют — и оправданно — к позиции А. Тэшфела, который, предвосхищая столь ярко обозначившуюся в наши дни проблему согласованности стереотипов, еще в 1981 г. выделил два основных вопроса, стоящих перед их исследователями: 1) анализ групповых (социальных) функций стереотипов; 2) связь социальных функций стереотипов с их принятием большим количеством индивидов, между которыми существует социальная аффилиация.

Так, Дж. Тернер и его соавторы утверждают, что согласованность стереотипов есть результат процесса самостереотипизации при значимости социальной идентичности. Иными словами, если поиски социальной идентичности для членов группы становятся значимыми, повышается согласованность их представлений о ней, поскольку: 1) усиливается воспринимаемая гомогенность группы; 2) активизируются ожидания взаимного согласия ее членов; 3) предпринимаются активные попытки достичь консенсуса посредством взаимного влияния. <...>

Второе из базовых свойств стереотипа — его *схематичность* и *упрощенность*, позволившие ряду авторов оценить его как «низший» и «иррациональный» когнитивный феномен. Однако в последние десятилетия, во многом благодаря работам Тэшфела, стереотипизация стала рассматриваться как рациональная форма познания, как частный случай более универсального процесса категоризации, основная функция которого заключается в том, чтобы систематизировать изобилие и упростить сложность информации, получаемой человеком из окружающей среды. Именно с целью упрощения информации люди склонны «к перцептивной акцентуации различий между индивидами, принадлежащими к разным социальным группам или категориям (по тем личностным атрибутам, которые субъективно ассоциируются с этим разделением на категории), и к перцептивной акцентуации сходства между индивидами, принадлежащими к одной и той же социальной группе или категории».

Тэшфел заложил основы когнитивистского подхода к изучению стереотипов, в котором роль мотивационной предвзятости минимизирована, а стереотипы понимаются как категории, вносящие согласие и порядок в наше социальное окружение. При этом он, кроме двух «индивидуальных» функций стереотипов — систематизации информации и защиты ценностей, выделил и три «социальные»: 1) объяснение отклонений между группами, в том числе поиск причин сложных и обычно печальных социальных событий; 2) оправдание наличных межгрупповых отношений, например акций, совершенных или планируемых по отно-

шению к «чужим» группам; 3) социальную дифференциацию, т.е. установление различий между группами, обычно позитивно валентных в пользу собственной.

<...>

В целом «после Тэшфела» в исследованиях стереотипизации основное внимание стало уделяться ее когнитивным аспектам. Так, последовательными когнитивистами проявили себя британско-австралийские исследователи во главе с Дж. Тернером, которые в течение последних десяти лет разрабатывают подход к изучению стереотипизации с точки зрения теории самокатегоризации. Вслед за Тэшфелом они признают, что стереотипы не являются низшей формой представлений о социальной реальности, которые используются только тогда, когда недостижимы высшие — более точные и индивидуализированные — представления. Как подчеркивает П. Оукс, восприятие человека как члена группы («стереотипизирование») вовсе не означает искажения его «подлинной» индивидуальности. В некоторых случаях восприятие окружающих с позиции группового членства более обоснованно, чем личностная точка зрения, а сами стереотипы представляют собой «более полезные и более сложные способы восприятия, чем обычно думают».

<...>

Хотя под прямым влиянием идей когнитивизма исследователи пристальное внимание обращают на когнитивный компонент стереотипов, достаточно широко распространено мнение, что с когнитивным ядром стереотипов неразрывно связаны разнообразные аффективные реакции, включая ненависть, симпатию, страх и т.п. Под аффективным компонентом стереотипов обычно понимается ряд предпочтений, оценок, настроений и эмоций, хотя признается, что валентной может быть и сама когнитивная информация (воспринимаемые характеристики). В любом случае **эмоционально-оценочная погруженность** стереотипа может быть названа *третьим* из его отличительных свойств.

При этом подчеркивается, что, хотя при формировании стереотипов когнитивные и аффективные аспекты связаны между собой, когнитивные и аффективные последствия актуализации стереотипов относительно независимы друг от друга. Информация о группах может быть представлена в памяти дважды: в представлениях, основанных на оценках, и в представлениях, основанных на описаниях. Так, было обнаружено, что при актуализации расовых категорий у белых испытуемых воспроизводится информация о чертах групп (например, белые «предпочитают материальные ценности», черные «музыкальны») и проявляются общие оценочные реакции (более позитивные для белых и более негативные для черных).

Исследования последних лет не позволяют утверждать, что стереотип непременно несет в себе отрицательный эмоциональный заряд.

К числу последних С. Фиск, например, относит лишь один из выделенных ею четырех видов стереотипов. Это так называемые «стереотипы презрения», существующие по отношению к представителям низкостатусных и «некомпетентных» «чужих» групп, расцениваемых к тому же как «холодные». По отношению к «своим» группам, членством в которых человек гордится, могут возникать «стереотипы восхищения», в соответствии с которыми им атрибутируются «компетентность», высокий статус и «теплота». Кроме этих, «неамбивалентных», стереотипов Фиск выделяет амбивалентные стереотипы «зависти» и «патернализма». «Зависть» характеризует отношение к представителям высокостатусных, «компетентных», но «холодных» групп; «патернализм» — к представителям низкостатусных, «некомпетентных», но «теплых».

<...>

Четвертое свойство стереотипов, которое входит во многие традиционные определения, — *устойчивость* и даже *ригидность* к новой информации. <...> Например, этнические стереотипы действительно достаточно прочны и стабильны, что не раз получало подтверждение в эмпирических исследованиях.

Однако устойчивость стереотипов все-таки относительна. К настоящему времени в социальной психологии накоплено множество доказательств того, что стереотипы намного более гибки, чем представлялось первоначально. При изменении отношений между группами или при поступлении новой информации их содержание и даже направленность подвержены значительным трансформациям. Так, у принстонских студентов после Второй мировой войны в негативную сторону изменились стереотипы немцев и японцев, т.е. граждан стран-агрессоров. Еще большие изменения теперь уже всех стереотипов были выявлены при повторении «принстонской трилогии» в самом конце XX столетия.

Стереотипы могут быть «сломаны» очень быстро, о чем, в частности, свидетельствует изменение к худшему стереотипов американцев в Австралии во время войны в Персидском заливе. Более того, на изменения стереотипов оказывают влияние не только реальные межгрупповые отношения, но и особенности процесса межгрупповой дифференциации. Даже манипуляция «рамками соотнесения» в эксперименте отражается на степени благоприятности стереотипов: стереотипы американцев ухудшались при сопоставлении их со своей группой (австралийцами), а также с британцами и русскими, но не с иракцами. <...>

Пятым существенным свойством стереотипа считается *неточность*; стереотипы получали и еще менее лестные характеристики («традиционная бессмыслица», «прямая дезинформация», «совокупность мифических представлений», «неоправданные свехобобщения» и т.п.). Ложность настолько прочно стала ассоциироваться с понятием «стереотип»,

что был даже предложен новый термин «социотип» для обозначения стандартного, но истинного знания о социальной группе.

Предполагается, что стереотипы могут быть неточными как по причине «неверного направления» (человек думает, что большинство членов группы *A* обладает чертой *B*, тогда как на самом деле большинство членов этой группы не обладает этой чертой), так и по «степени обобщения» (человек полагает, что 95% членов группы *A* обладают чертой *B*, тогда как в действительности ею обладают только 65% ее членов). Иными словами, рассмотрение стереотипов как обобщенного приписывания черт социальной группе является лишь одним из способов понимания их неточности. На самом деле, даже если качество действительно характеризует группу, ошибочной может оказаться тенденция оценивать всех и каждого из ее членов как обладающих этим качеством.

Начиная с 50-х гг. получила распространение гипотеза американского психолога О. Клайнберга, согласно которой объем истинных знаний в стереотипах превышает объем ложных — гипотеза «зерно истины». Признаком истинности стереотипа предлагается считать, во-первых, единодушие мнений двух и более групп относительно черт, характеризующих третью, во-вторых — согласованность между восприятием группы самой себя и ее восприятием другой группой. <...> Однако «критерий автостереотипов» в целом достаточно слабо проверяет точность стереотипов, так как нет никакой уверенности, что свою группу люди воспринимают более точно, чем чужую. <...>

Несмотря на многочисленность исследований и попыток теоретических интерпретаций, проблема истинности социальных стереотипов остается по существу нерешенной. Впрочем, те когнитивисты, что перешли на позиции конструкционизма, вообще отвергают эту проблему, поскольку поиски ее решения поддерживают у исследователей иллюзию существования объективно «правильного» впечатления о социальных стимулах, которого воспринимающие индивиды могут добиться посредством индивидуализации процесса обработки информации. В действительности при анализе стереотипизации не следует упускать из виду существование социальной реальности, «точность» отражения которой требует именно стереотипов. Иными словами, опора на стереотипы в процессе межгруппового восприятия отражает скорее желание индивидов быть *социально* точными, чем *когнитивно* эффективными.

Если стереотипы сродни коллективным верованиям, а потому не поддаются проверке на «точность», почему же они возникают? Как уже отмечалось, это один из главных вопросов, волнующих большинство исследователей, и ответы на него группируются вокруг двух тем. *Первая* восходит к классическому постулату о социальном характере повседневной жизни человека. Тысячелетия, минувшие со времени родоплемен-

ных отношений, нисколько не снизили значимость ориентировки в многочисленных «мы» и «они», но не привели к возникновению более простого средства контроля социального окружения, чем стереотипы.

Ч. Стангор и Дж. Ландж, сторонники ассоциативной модели представлений о социальной группе, утверждают, что «стереотипные характеристики связаны с групповыми ярлыками в семантической памяти через ментальные ассоциации», подчеркивая при этом, что сила ассоциации, а следовательно, степень стереотипности характеристик определяется многими мотивами. Одним из таких мотивов они, как и Тэшфел, рассматривают стремление сохранить позитивную групповую идентичность, однако выдвигают предположение, что в качестве функций стереотипизации может выступать целый ряд причин: потребность в упрощении или в точном понимании окружающей среды, в социальном принятии и общении с «другими», стремление «сохранить нетронутыми» ожидания, оправдать существующую социальную ситуацию или аттитюды.

Вторую причину возникновения стереотипов многие авторы усматривают в устройстве когнитивного аппарата человека, вынужденного перерабатывать всевозрастающий объем информации, а потому страдающего «неврозом рубрикации», патологическим стремлением к категоризации. С этих позиций главную функцию стереотипизации видят в когнитивной экономии, обеспечивающей индивидов максимумом информации при минимальном когнитивном усилии.

Не случайно столь популярной стала концепция С. Фиск и Ш. Тейлор, которые характеризуют человеческие существа как «когнитивных скряг», вынужденных экономить свою когнитивную энергию из-за ограниченной способности перерабатывать информацию. Предполагается, что человек выбирает стереотипизацию, так как она требует от него меньше когнитивных ресурсов, чем индивидуализация, и избавляет от суровой необходимости реагировать на непостижимо сложный социальный мир.

Результаты эмпирических исследований позволяют ряду авторов сделать вывод: существуют солидные доказательства того, что универсальной функцией стереотипов действительно является сбережение когнитивных ресурсов. Однако подобное объяснение стереотипизации не выдерживает серьезной критики прежде всего из-за ориентированности сторонников теорий «сбережения ресурсов» на минимизацию активной роли воспринимающего субъекта в требующем усилий и социально мотивированном процессе переработки информации. <...>

Насколько убедительны рассмотренные представления о свойствах стереотипов, причинах их возникновения и способах изменения? Автор концептуального обзора американских исследований этнических стереотипов Дж. Бригем в 1971 г. определил уровень полученных зна-

ний «скорее как бледный», так как среди теоретиков и исследователей не достигнуто согласия относительно функций и значимости этнических стереотипов в социальном восприятии и поведении и даже в том, что такое стереотип. Если судить по обзору 1980 г., мало что изменилось и за последующее десятилетие. К. Маколи с соавторами среди нерешенных перечисляют те же проблемы, что и Дж. Бригем: отсутствие единства в определении стереотипов, связь между стереотипами и поведением, неразработанность вопросов, имеющих отношение к механизмам усвоения и изменения стереотипов. И это несмотря на то, что стереотипы к этому времени активно интересовали не только этнопсихологов и специалистов в области политической психологии, что традиционно, но и психологов личности, психолингвистов и т.д.

За редчайшими исключениями когнитивизм и поныне определяет интерпретацию природы социальных стереотипов, о чем свидетельствуют аналитические обзоры последнего десятилетия. Когнитивистская парадигма, акцентирующая анализ восприятия, переработки, хранения и воспроизводства информации индивидом, во многом способствовала существенному прогрессу в изучении стереотипов и в то же время явилась своего рода «прокрустовым ложем» их трактовки. Чрезмерно «растянутой» оказалась проблематика стереотипов в индивидуальном сознании, чрезмерно «укороченной» — проблематика историко-культурных факторов возникновения и содержания социальных стереотипов. Атрибут социальности стереотипов съезжился до указания на то, что объектом этих упрощенных и устойчивых представлений являются некие общественные группы и люди, в них состоящие, а сами оценочные клише популярны в пределах стереотипизирующего сообщества и весьма далеки от стереотипизируемого оригинала.

Бесконечно муссируемая проблема истинности стереотипов — также дань классическому когнитивизму. Казалось бы, 80 лет исследований должно было быть достаточно для того, чтобы убедиться, что социальный стереотип — не моментальная фотография собственной или чужой группы, главным достоинством которой служит точное воспроизведение внешнего облика, и уж, тем более, не рентгеновский снимок «сущностных» костных тканей. Стереотип — исторически созданный социально разделяемый образ «своих» и «чужих», функция которого — не столько отрегулировать отношения между «нами» и «ими», сколько построить упорядоченную и предсказуемую картину социального мира и найти свое место в ней. Если уж пользоваться «фотоаналогиями», социальный стереотип следовало бы сравнить со старинным дагерротипом, на котором медленно протупает зыбкое изображение не объекта, а субъекта восприятия.

Странно, но на протяжении долгих десятилетий никто не задался вопросом, а *зачем* нужны стереотипы — эти настойчиво воспроизводя-

щиеся, утрированные и даже «безнравственные», по терминологии Г. Олпорта, «картинки в голове» группы? Результаты многолетних исследований позволяют с уверенностью предположить: их предназначение — наладить отношения группы не с кем-то, а с собой, создав образ, позволяющий ей идентифицировать себя в водовороте истории. Вспомним классическое: «мы — не рабы, рабы — не мы». С этой точки зрения «сверхзадача» социальных стереотипов — обеспечить пусть символическую, но целостность социальной общности. <...>

В 2000 г., подводя итоги исследований стереотипов и намечая их перспективы, С. Фиск пошутила, что «предсказания — удел дураков», но если уж предаваться этой интеллектуальной забаве, то в качестве главных направлений изучения стереотипов можно назвать анализ их влияния на поведение и исследование культурной детерминации этого имплицитного знания, задающей исходные параметры «мы» и «они». Если поведение интерпретировать как исторически складывающуюся практику социального дискурса, а культуру — как производное самой группы, а не нечто, извне влияющее на нее, можно полностью принять названные направления «главного удара». Учитывая отменное здоровье феномена, к ним, полагаем, можно добавить и третье — неиссякающие попытки найти средства воздействия на стереотипы, позволяющие если не истребить, то нивелировать их негативные аспекты.



Раздел III

**СОЦИАЛЬНАЯ
ПСИХОЛОГИЯ ГРУПП**



А. И. Донцов

О ПОНЯТИИ «ГРУППА» В СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ¹

<...> Психологическое открытие социальной группы как особой реальности человеческих отношений произошло во второй половине XIX в. и послужило решающим стимулом развития новой «парадной» ветви психологического и социологического знания — социальной психологии. Именно в это время К. Д. Кавелин, П. Л. Лавров, Н. К. Михайловский, Н. Н. Надеждин, Г. В. Плеханов, А. А. Потебня и другие в России; В. Вундт, Г. Зиммель, Ф. Теннис в Германии; Д.С. Милль и Г. Спенсер в Англии; С. Сигеле в Италии; Э. Дюркгейм, Г. Лебон и Г. Тард во Франции; Ф. Гиддингс, Ч. Кули, Э. Росс, А. Смолл, У. Томас и Л. Уорд в США, пытаясь осмыслить общественно-исторические процессы своего времени (формирование государств, революции, войны, индустриализацию, урбанизацию, возросшую социальную и профессиональную мобильность населения и пр.), обратились к анализу — преимущественно умозрительному — психологических особенностей народов, общества, масс, толпы, публики, полагая, что именно психология больших социальных общностей определяет ход истории. К концу XIX в. в понятийный аппарат социальной психологии прочно вошли такие понятия, как «национальный характер», «национальное сознание (самосознание)», «социальное мышление», «менталитет», «коллективные представления», «массовое поведение», «лидерство» и др.

Утверждение естественно-научной парадигмы в социальной психологии, ориентированной на идеал строгого объективного знания, а также запросы различных сфер общественной практики послужили причиной того, что в 10–20-е годы XX в. главным объектом эмпирического (прежде всего экспериментального) изучения постепенно становится малая группа — ближайшее социальное окружение человека, среда его непосредственного общения. В. М. Бехтерев и М. В. Ланге, а вслед за ними Б. В. Беляев, А. С. Залужный и другие российские ученые, их американские коллеги Ф. Олпорт, Ф. Трэшер, У. Макдуголл, переехавший к тому времени в США, немецкий исследователь В. Мёде на основе разнообразных эмпирических данных приходят к единому выводу, что взаимодействие с другими людьми и даже их присутствие — реальное, воображаемое или подразумеваемое — существенно влияет на мысли, чувства и поведение человека и, более того, сопровождается возникновением «надындивидуальных» явлений, свойственных некоторой совокупности лиц как целому. В те

¹ *Донцов А. И.* О понятии «группа» в социальной психологии // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. 1997. № 4. С. 17–25.

же 20-е гг. пристальное внимание малой группе начали уделять психотерапевты, педагоги, социальные работники, расценившие ее как важное условие и необходимый контекст эффективного разнопланового воздействия на индивида.

С 30-х гг. интерес к психологической проблематике групп приобретает массовый и устойчивый характер, особенно в США. Давно ставшие классическими исследования Э. Мэйо, Я. Морено, М. Шерифа, К. Левина, его первых американских учеников Р. Липпита, Р. Уайта, Д. Карр-райта, Л. Фестингера, к которым несколько позже примкнули А. Бейвелас, Дж. Френч, М. Дойч, Дж. Тибо, Г. Келли, заложили основу современного понимания природы внутригрупповых процессов, равно как и продемонстрировали возможности работы с группой как объектом и инструментом психотехнического воздействия.

Что именно стремились и стремятся понять психологи, изучая группы? Может показаться парадоксальным, но, несмотря на без малого полуторавековую традицию социально-психологического исследования человеческих общностей, проблемная область их анализа осознана авторами отнюдь не единодушно и не окончательно. В чем состоят те фундаментальные неясности, которые позволяют считать группу в полном смысле слова проблемой ... социально-психологического знания?

История и современное состояние психологического изучения социальных групп — это систематически возобновляющиеся попытки ответить на пять блоков фундаментальных вопросов: 1. Как первоначально номинальная общность некогда посторонних людей превращается в реальную психологическую общность? Благодаря чему возникают и в чем состоят феномены и процессы, знаменующие рождение группы как целостного психологического образования? Как появляется и проявляется групповая сплоченность? 2. Каков цикл жизнедеятельности группы от момента возникновения до распада? Каковы предпосылки и механизмы ее перехода от одного качественного состояния к другому? Какие факторы определяют длительность существования группы? 3. Какие процессы обеспечивают стабильность и эффективность функционирования группы как коллективного субъекта общей деятельности? Каковы способы стимуляции ее продуктивности? Как возникает и реализуется руководящее начало групповой активности? Как происходит функционально-ролевая дифференциация членов группы либо ее подгрупп? Влияет ли структура взаимодействия людей в группе на характер их межличностных отношений? 4. Как зависит психологическая динамика группы от ее положения в обществе? В какой степени социальный статус группы предопределяет траекторию ее жизненного пути? Как связаны внутригрупповые процессы и феномены с особенностями межгрупповых отношений данной группы? 5. Происходит ли что-либо с человеком, когда он становится членом группы? Изменяются ли его взгляды,

ценности, привычки, пристрастия? Если да, каковы механизмы воздействия группы на личность и насколько глубоки его последствия? Может ли и при каких условиях отдельная личность выступить фактором групповой динамики? Как сказываются на судьбе группы индивидуально-психологические особенности ее участников?

Многообразие социальных объединений, выступавших объектами психологического анализа на протяжении полутора столетий, равно как и серьезные трансформации, которые они претерпели за этот период, исключают однозначность встречающихся в литературе ответов на поставленные вопросы. Однако направленность их решения просматривается достаточно четко: она продиктована сложившимся пониманием сущности социальной группы как относительно устойчивой совокупности людей, исторически связанных общностью ценностей, целей, средств либо условий социальной жизнедеятельности. Конечно, сама по себе эта дефиниция, впрочем, как и любая другая из многих десятков существующих в социальной психологии, не позволяет полностью и всесторонне охарактеризовать психологическое своеобразие столь многопланового явления, как человеческая группа. <...> Многоликость, динамичность и изменчивость реальных социальных групп не могут быть сведены к остающимся неизменными их сущностным свойствам — стабильности, историчности, общности жизнедеятельности. Однако другого пути у нас нет, ибо дать определение какого-либо объекта — это значит сформулировать критерии его отличия от других объектов.<...>

Какими же качествами должна обладать некоторая совокупность людей, чтобы ее можно было отнести к разряду социальных групп?

Детальный анализ социально-психологических представлений о природе социальной группы, сложившихся в русле различных теоретических ориентаций, к числу главных отличительных признаков социальной группы позволяет отнести следующие: 1) включенность человеческой общности в более широкий социальный контекст, систему общественных отношений, определяющих возможность возникновения, смысл и пределы существования группы и задающих (прямо или от противного) модели, нормы или правила межиндивидуального и коллективного поведения и межгрупповых отношений; 2) наличие у членов группы значимого основания (причины) сообща находиться в ней, отвечающего интересам всех ее участников и способствующего реализации потребностей каждого; 3) сходство участи состоящих в группе людей, которые разделяют условия, события жизни и их последствия и в силу этого обладают общностью впечатлений и переживаний; 4) длительность существования, достаточная для возникновения не только специфического языка и каналов внутригрупповых коммуникаций, но и коллективных историй (традиций, воспоминаний, ритуалов) и культуры (представлений, ценностей, символов, памятников), оказывающих

унифицирующее воздействие на мироощущение членов группы и тем самым сближающих их; 5) разделение и дифференциация функциональных ролей (позиций) между членами группы или ее подгруппами, обусловленные характером общих целей и задач, условий и средств их реализации, составом, уровнем квалификации и склонностями образующих группу лиц, что предполагает кооперативную взаимозависимость участников, комплементарность (взаимодополнительность) внутригрупповых отношений; 6) наличие органов (инстанций) планирования, координации, контроля групповой жизнедеятельности и индивидуально-поведения, которые персонифицированы в лице одного из членов группы, наделенного особым статусом (вождя, монарха, лидера, руководителя и т.п.), представлены подгруппой, обладающей специальными полномочиями (парламент, политбюро, дирекция, ректорат и т.п.), либо распределены между членами группы и обеспечивают целенаправленность, упорядоченность и стабильность ее существования; 7) осознание участниками своей принадлежности к группе, самокатегоризация в качестве ее представителей, более сходных друг с другом, чем с членами иных объединений, возникновение на этой основе чувства «Мы» («Свои») и «Они» («Чужие») с тенденцией переоценивать достоинства первых и недостатки вторых, особенно в ситуации межгруппового конфликта, стимулирующего рост внутригрупповой солидарности за счет частичной деперсонификации самовосприятия членов группы, рассматривающих себя в ситуации угрозы извне как ее равнозначных защитников, а не изолированных обладателей уникальных особенностей; 8) признание данной человеческой общности как группы ее социальным окружением, обусловленное участием группы в процессе межгрупповой дифференциации, способствующей становлению и обособлению отдельных общественных объединений и позволяющей со стороны различать их в сложной структуре социального целого и идентифицировать их представителей на основе разделяемых сообществом критериев, сколь бы схематичны, ригидны и пристрастны они ни были: стереотипизированность и эмоциональность межгрупповых представлений, возможно, позволяют сомневаться в их истинности, но отнюдь не препятствуют эффективному опознанию и категоризации как самих групп, так и их участников.

Каким образом ограниченная в социальном пространстве совокупность людей приобретает названные признаки социальной группы? Благодаря чему исторически конкретное множество лиц становится коллективным субъектом социально-психологических феноменов?

Г. М. Андреева, Л. П. Буева, А. В. Петровский, ряд других отечественных исследователей, в том числе автор этих строк, считают главным системообразующим и интегрирующим основанием группы социально обусловленную совместную предметную деятельность. <...> Она может

быть понята как организованная система активности взаимодействующих индивидов, направленная на целесообразное производство (воспроизводство) объектов материальной и духовной культуры, т.е. совокупности ценностей, характеризующих способ существования общества в данный исторический период. Содержание и формы групповой жизнедеятельности в итоге продиктованы палитрой общественных потребностей и возможностей. Социальный контекст определяет материальные и организационные предпосылки образования группы, задает цели, средства и условия групповой активности, а во многом и состав реализующих ее индивидов.

Говоря о психологии социальной группы, до сих пор мы пытались определить, какие свойства должна приобрести некая совокупность людей, чтобы стать действительной человеческой общностью. <...> Попробуем теперь подойти к той же проблеме с иной стороны. Задумаемся: чего должна быть лишена социальная группа, чтобы, утратив названные свойства, превратиться в номинальную совокупность людей, не обладающую какой бы то ни было «коллективной психологией»? В другой формулировке: *чем отличается условная группа лиц, обычно выделяемая в статистике, от реальной?* Ответ не прост, но очевиден — отсутствием взаимосвязи и взаимозависимости участников в образе жизни, определяющем возможность и способ удовлетворения значимых потребностей, интересов и целей.

Формы групповой взаимозависимости людей столь же многообразны, как сами человеческие объединения. Это язык, территория, одежда, каналы коммуникаций, обычаи, традиции, ритуалы, символы, убеждения, верования, объединяющие представителей этнических, политических, религиозных и других больших групп. Это общее зрелище, массовое действие или событие — концерт рок-звезды, демонстрация, стихийное бедствие, временно сближающие порой значительное количество посторонних лиц. Это непосредственно наблюдаемое взаимодействие нескольких лиц, активно помогающих друг другу достичь общей цели: вытащить невод, потушить пожар или сыграть спектакль. Это зачастую скрытые от беглого взгляда эмоциональные взаимоотношения членов футбольной команды, армейского взвода, педагогического коллектива и иных малых групп: любовь и ненависть, жертвенность и эгоизм — тоже проявления созависимости. Это, наконец, сам способ повседневного бытия человека, усердно воспроизводящего общественные — внутренне предполагающие наличие других людей — порядки даже на необитаемом острове. <...>

Простые и сложные, прямые и опосредованные межиндивидуальные связи порождены групповым характером человеческой жизнедеятельности и не могут быть адекватно поняты в отрыве от ее содержательных и структурно-функциональных особенностей. Группа присяжных заседа-

телей, выносящих решение о виновности подсудимого, и жюри музыкального конкурса, определяющее лауреата, могут быть идентичны по численности, половозрастному составу, длительности существования и иным признакам, но как же различна царящая в них психологическая атмосфера! Впрочем, подобные различия можно обнаружить и при сравнении групп с более сопоставимыми целями деятельности. Хотя и членов королевской фамилии, и казацкий род объединяют отношения родства, сподобы их поддержания далеко не тождественны. Целостная система активности взаимодействующих индивидов выступает как способ реализации определенного вида совместной деятельности, а сама группа — как ее совокупный субъект в исторически конкретном общественном контексте. Социально обусловленные закономерности осуществления и воспроизводства совместной деятельности — материальной или духовной, производственной или семейной, созидательной или деструктивной, творческой или рутинной — и приводят к возникновению группы как реальной психологической общности. Огомрет деятельность — прервется общность, а вместе с ней перестанет существовать группа.

Показательно, что содержание, способ возникновения, форма осуществления, длительность существования совместной деятельности, количество и характер взаимосвязей ее участников являются главными основаниями классификации групп. По числу участников («размеру») различают малые и большие группы, по непосредственности взаимодействия и взаимоотношений — первичные и вторичные, по способу образования — спонтанно возникшие, неформальные (неофициальные, «естественные») и институционально созданные, формальные (официальные) группы, по длительности существования — временные и постоянные, по степени регламентации групповой жизнедеятельности — организованные и неорганизованные, по проницаемости границ — открытые и закрытые, по личностной значимости для участников — референтные группы и группы членства, по уровню развития — становящиеся (вновь созданные, «диффузные») и развитые группы (коллективы). Названные основания классификации имеют эмпирический характер и представляют собой совокупность взаимосвязанных дихотомических, точнее — псевдодихотомических делений, используемых для упорядоченного описания реальных групп, обычно противопоставляемых условным, искусственно сконструированным исследователем по определенному признаку.

Конечно, по-прежнему особое внимание социальных психологов привлекает *малая группа* — ограниченная совокупность непосредственно («здесь и теперь») взаимодействующих людей, которые: 1) относительно регулярно и продолжительно контактируют лицом к лицу, на минимальной дистанции, без посредников; 2) обладают общей целью или целями, реализация которых позволяет удовлетворить значимые

индивидуальные потребности и устойчивые интересы; 3) участвуют в общей системе распределения функций и ролей в совместной жизнедеятельности, что предполагает в различной степени выраженную кооперативную взаимозависимость участников, проявляющуюся как в конечном продукте совместной активности, так и в самом процессе его производства; 4) разделяют общие нормы и правила внутри- и межгруппового поведения, что способствует консолидации внутригрупповой активности и координации действий по отношению к среде; 5) расценивают преимущества от объединения как превосходящие издержки и большие, чем они могли бы получить, в других доступных группах, а потому испытывают чувство солидарности друг с другом и признательность группе; 6) обладают ясным и дифференцированным (индивидуализированным) представлением друг о друге; 7) связаны достаточно определенными и стабильными эмоциональными отношениями; 8) представляют себя как членов одной группы и аналогично воспринимаются со стороны. Вернемся к исходному вопросу: так что же произошло с группой в социальной психологии? По моему мнению, по меньшей мере три события. Во-первых, *теоретическая девальвация концепта* «группа»: вопреки реальности он рассматривается как нечто уже известное и не требующее специальных фундаментальных изысканий, хотя общей теории группы в социальной психологии, увы, по сей день не существует. Во-вторых, *диверсификация понятия группы*, его распространение на новые предметные области и в то же время превращение в своего рода «фон» исследований организационных систем, социальной и, в частности, этнической идентичности личности, процессов общения и т.п. В-третьих, *прагматизация анализа группы*, неоправданное забвение общих проблем в угоду актуальным запросам бизнеса, политики, идеологии и пр. <...>

П. Штомпка

СОЦИОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ¹

Определение социальных движений

<...> Выделим следующие основные компоненты социальных движений.

1. Коллективность людей, действующих совместно.

2. Единство в отношении цели коллективных действий, а именно — изменения в обществе, причем цель должна восприниматься участниками однозначно.

¹ Социальные движения // П. Штомпка. Социология социальных изменений. М., 1996. С. 339–342, 345–361, 363–366.

3. Коллективность относительно диффузна, с низким уровнем формальной организации.

4. Действия имеют относительно высокую степень стихийности и не принимают институционализированные, застывшие формы.

Суммируем сказанное. Под социальными движениями мы подразумеваем свободно организованные коллективы, действующие совместно в неинституционализированной форме для того, чтобы произвести изменения в обществе. Некоторые классические дефиниции социальных движений выглядят так:

«Коллективные предприятия для установления нового порядка жизни».

«Коллективные предприятия для преобразования социального порядка».

«Коллективные усилия по изменению норм и ценностей».

Современные авторы дают более пространственные характеристики социальных движений:

«Коллективные попытки выражения недовольства, возмущения и поддержки или сопротивления изменениям».

«Группы индивидов, объединяющихся ради выражения недовольства общественным порядком и изменения социальных и политических основ, вызывающих такое недовольство».

«Нетрадиционные группы, обладающие различной степенью формальной организации, пытающиеся произвести радикальные изменения или препятствовать им».

<...> Во всех определениях подчеркивается тесная связь между социальными движениями и социальными изменениями. Как отмечают Вуд и Джексон, «изменения являются основной характеристикой социальных движений... Социальные движения тесно связаны с социальными изменениями». Данное обстоятельство, казалось бы, очевидное, тем не менее требует разъяснения.

Цель может быть поддерживающей, утверждающей, когда предполагается ввести в общественную жизнь какие-то новые элементы, будь то новое правительство или политический режим, новые привычки, законы или институты, либо отрицающей, когда планируется остановить, предотвратить или повернуть вспять различные процессы (например, ухудшение экологической обстановки, снижение урожайности, рост преступности, распространение абортот и т.д.).

Социальные движения имеют различные причинные связи с изменениями. С одной стороны, они могут рассматриваться как конечная причина последних, т.е. как условия, необходимые и достаточные для их совершения. Проблема в том, что обычно для достижения своей цели общественные движения должны разворачиваться в благоприятных социальных условиях, при наличии благоприятной «структуры возможностей», или, если воспользоваться образным сравнением, должны «подняться на гребень волны» других социальных сил. Они эффективны лишь

тогда, когда дополняются другими факторами, и вряд ли служат единственной причиной изменений. Обычно это необходимое, но не достаточное условие социальных преобразований.

Но социальные движения могут рассматриваться и просто как симптомы, эпифеномены, сопровождающие процессы, которые раскрываются по своим собственным законам (например, сопровождение прогресса, модернизации, урбанизации неожиданными экономическими кризисами). В этом смысле они похожи на лихорадку, отражающую более глубокие изменения в социальном организме. Проблема здесь в том, что многие социальные движения способствуют социальным преобразованиям, влияют на их направление и скорость, не говоря уже о тех, которые действительно инициируют социальные сдвиги.

Наиболее разумным является подход, согласно которому движения — это средства в причинной цепи социальной практики, продукты более ранних изменений и вместе с тем производители (или по крайней мере сопроизводители) дальнейших преобразований. Движения возникают не на пустом месте, они объединяют социальный процесс и попытки повлиять на его ход. <...>

Поток социальных изменений

<...> Любое социальное движение составляет часть того самого общества, в котором происходят изменения, охватывающие некоторые (иногда достаточно обширные) области его функционирования, иначе говоря, действует на общество изнутри. Это случай, когда «общество преобразует общество». Значительная часть изменений, производимых движениями, представляет собой изменения в самом движении (его составе, идеологии, правилах, предписаниях, организациях и т.д.), и даже внешние сдвиги в более широком контексте (законодательной системе, политических режимах, культуре), вызванные движением, по принципу обратной связи влияют на его собственных членов и структуры, изменяя их мотивацию, установки, идеи и т.д. Социальные движения, изменяя общество, изменяют в этом процессе себя (они мобилизуются, организуются) для того, чтобы влиять на общество более эффективно. Изменения в самом движении и изменения, которые производит движение, идут рука об руку, создавая взаимосвязанные, конкурирующие процессы. Эта уникальная черта социальных движений делает справедливым заявление Гари Маркса и Джеймса Вуда о том, что «социальные движения более динамичны, чем большинство других социальных форм». <...>

Типы социальных движений

1. Социальные движения отличаются друг от друга по масштабам предполагаемых изменений. Некоторые из них относительно ограни-

чены по своим целям и не ориентированы на преобразования основных институциональных структур. Они хотят преобразований внутри структуры, а не ее самой. Мы называем их реформистскими. Таковы, например, движения за и против аборт, которые требуют соответствующих изменений в законодательстве; движения за права животных, которые призывают запретить эксперименты над ними; движения, которые выступают за ограничение скорости на германских автострадах. Другие движения стремятся к более глубоким преобразованиям, пытаются затронуть основы социальной организации. Вследствие того, что под их прицелом оказываются институты, занимающие центральное, стратегическое положение, изменения имеют гораздо более далеко идущие последствия, чем предполагалось изначально. В результате происходит преобразование самого общества, а не внутри него. Такие движения мы называем радикальными. К ним относятся, например, движения за гражданские права в США, против апартеида в Южной Африке, за национальное освобождение в колониальных странах. Когда предполагаемые изменения охватывают все ключевые аспекты социальной структуры (политический, экономический, культурный) и направлены на тотальное изменение общества, построение вместо него «альтернативного» общества, тогда мы говорим о революционных движениях. К ним, в частности, относятся фашистское и коммунистическое движения.

Другую формулировку той же типологии дал Нейл Смелзер, который различал движения, «ориентированные на нормы» и «ориентированные на ценности». Первые нацелены на утверждение разделяемой всеми идеологии, которая предполагает пересмотр норм; вторые — на пересмотр ценностей. Ценности, по Смелзеру, включают в себя общечеловеческие стремления к справедливости, знаниям, демократии, свободе, а нормы представляют собой средства достижения этих целей. Таковы, например, дисциплина, образование, труд. Нормы имеют более специфический характер, чем общие ценности, поскольку они уточняют определенные регулирующие принципы, необходимые для реализации ценностей.

2. Социальные движения различаются по качеству предполагаемых изменений. Некоторые стремятся создать новые институты, ввести новые законы, внедрить новый образ жизни, новые верования. Короче говоря, они хотят сформировать общество, которое раньше не существовало. Такие движения ориентированы на будущее. Их можно назвать прогрессивными. К ним можно отнести, например, движения республиканцев, социалистов, движения за освобождение женщин. Другие движения обращены в прошлое, стремясь восстановить институты, законы, образ жизни и верования, которые когда-то существовали, но забылись или были отброшены в ходе истории. Предлагаемые ими изменения направлены в прошлое, и основное внимание уделяется возрождению традиции. Мы можем назвать их «консервативными» или

«ретроактивными». Это и экологическое движение; и фундаменталистские религиозные движения; и движение «Морального большинства» в США, призывающее вернуться к семейным ценностям; и монархические движения, выступающие за восстановление монархического строя; и движение за этническое возрождение в Восточной и Центральной Европе, которое возникло после краха коммунизма. Различие между прогрессивными и консервативными движениями аналогично общему политическому разделению на левых и правых. Левые чаще прогрессивно ориентированы, правые обычно консервативны.

3. Социальные движения различаются по отношению к целям предполагаемых изменений. Одни сосредоточиваются на изменении социальных структур, другие — на изменении личности. Первые принимают две формы. «Социополитические движения» (или, как их называет Чарлз Тилли, «национальные социальные движения») пытаются добиться изменений в политике, экономике, вызвать сдвиги в классовых и стратификационных структурах. «Социокультурные движения» стремятся изменить убеждения, кредо, ценности, нормы, символы (вспомним, например, битников, хиппи, панков).

Движения, нацеленные на изменения личности, также принимают две формы. Первая — мистические или религиозные движения, которые борются за спасение своих членов и общее оживление религиозного духа (религиозные движения в средние века, исламские фундаменталистские движения, евангелическое движение, объявленное папой Иоанном Павлом II) и призывают к самосовершенствованию, душевному и физическому комфорту.

Движения, направленные на изменение структуры, предполагают, что достижение этой цели повлияет и на личность. И наоборот, движения второго типа предполагают, что люди, изменившиеся к лучшему, будут постепенно формировать более совершенные социальные порядки. И все же одни движения ключевым считают изменение структур, а другие — людей.

Сочетая критерий цели с критерием диапазона, Давид Аберль предложил четырехзвенную классификацию социальных движений: преобразовательные, направленные на полное изменение структур; реформаторские, направленные на их частичные изменения; движения спасения, преследующие цель полностью изменить членов общества; альтернативные, предполагающие их частичное изменение.

4. Социальные движения различаются «вектором» изменений. Как я уже упоминал, у большинства движений «вектор» позитивен. Но может сложиться и противоположная ситуация, когда люди объединяются не для того, чтобы ввести в свою жизнь что-то новое, а для того, чтобы воспрепятствовать развитию тех или иных социальных тенденций. В таких случаях мы говорим об отрицательном «векторе». К данной катего-

рии принадлежат многочисленные движения, выступающие против современности, например те, что защищают местные культуры, борются с глобализацией, пытаются возродить этнические или национальные особенности, укрепить фундаменталистские религиозные предписания. Сюда же можно отнести экологические движения, поскольку они протестуют против явлений (загрязнения окружающей среды, истощения ресурсов), вызванных индустриализацией. Существуют движения, цель которых — приостановить действие конкретных законов или решений правительства, например движение в США против введенных методов расового объединения в школах, движение «самозащиты» польских крестьян против высоких налогов. Еще одна, особая категория — альтернативные движения. Иногда имеют место симметричные пары: левые и правые, антисемиты и сионисты, атеисты и фундаменталисты, демократы-реформаторы и сторонники жесткой линии.

5. Социальные движения отличаются по лежащей в их основе стратегии, или «логике», их действия. Одни следуют «инструментальной» логике, стремясь достичь политической власти и ее средствами усилить предполагаемые изменения в законах, институтах и организации общества. Их первичная цель — политический контроль. Если это удастся, то такие движения превращаются в группы давления или политические партии, входят в парламенты и правительства. Примеры недавнего времени: партия «зеленых» в Германии и победоносная «Солидарность» в Польше.

Другие следуют «экспрессивной» логике, стремясь достичь автономии, добиться равных прав, культурной или политической эмансипации для своих членов или более широких общностей. Таковы движения за гражданские права, этнические, феминистские, за права гомосексуалистов. <...>

6. Различные типы движений действуют в разные исторические эпохи. Для современной истории наиболее характерны два типа. Движения, характерные главным образом для раннего периода современной эпохи (так называемые «старые социальные движения»), были ориентированы на экономические интересы, причем их члены рекрутировались из отдельных социальных классов жестким, централизованным образом. Примеры — тред-юнионы, рабочие и фермерские движения. Со временем они постепенно устаревают.

В последние десятилетия наиболее развитые капиталистические общества, вступившие в стадию постмодернизма, становятся свидетелями возникновения другого типа, называемого «новыми социальными движениями». В их числе экологическое и феминистское движения, движение за мир. Им свойственны три черты.

Во-первых, они сосредоточиваются на новых темах, новых интересах, новых участках социальных конфликтов. Свою реакцию на вторжение политики, экономики, технологии и бюрократии во все сферы

человеческого существования они выражают в обеспокоенности по поводу качества жизни, расширения жизненного пространства, победы «гражданского общества». <...>

Во-вторых, члены таких движений не являются представителями какого-то одного определенного класса. Можно говорить лишь о преобладании людей образованных, а также тех, кто относится к среднему классу, что объясняется, скорее всего, более высоким уровнем сознательности представителей этих слоев и тем, что у них больше свободного времени, денег и энергии.

В-третьих, новые социальные движения обычно децентрализованы и не принимают формы жесткой, иерархической организации.

7. В конкретном обществе в конкретный исторический момент всегда существует сложная, неоднородная система социальных движений, включающая различные типы, представленные выше. При этом наблюдается ряд явлений. Во-первых, наряду с движениями возникают «контрдвижения». Они объединяются в «свободно связанном конфликте», взаимно стимулируя и усиливая качество. Точнее говоря, движения любой степени видимости и плотности создают условия для возникновения контрдвижений. Ратуя за те или иные изменения, выступая против утвердившихся, господствующих интересов, предлагая одни символы и усиливая значение других, они вызывают недовольство и создают условия для организационного оформления контрдвижения, для выработки его целей и формулирования спорных вопросов. <...>

Кроме того, Маккарти и Залд вводят понятие «индустрия социальных движений» (ИСД), содержание которого составляют движения, имеющие сходные или идентичные цели и защищающие общие интересы. Например, движение рабочего класса включает стихийные выступления (типа луддитов), тред-юнионы, социалистические организации и т.д.

Наконец, картина деятельности социальных движений меняется от одного общества к другому. Гарнер и Залд определяют целостность, в пределах которой они действуют как «сектор социального движения» (ССД). Это структура антагонистических, конкурирующих и кооперирующихся движений; она, в свою очередь, является частью более широкой структуры, включающей в себя партии, государственно-административный аппарат, средства информации, группы давления, церкви и т.д.

Уникальный характер ССД обуславливает особую специфику и задает общий тон деятельности каждого составляющего его движения, а также определяет уровень активности в данном обществе. Общество, которое хочет использовать весь свой творческий потенциал и стремится изменить себя к выгоде всех его членов, должно не только допускать, но и поощрять социальные движения, что приведет к возникновению богатого и разнообразного ССД. Это — «активное общество». Общество, которое подавляет, блокирует или уничтожает социальные движения,

уничтожает собственный механизм самоулучшения и самотрансценденции, т.е. выхода за свои собственные пределы. Если ССД узок или его просто нет, то общество становится «пассивным», а его члены — невежественными, безразличными и бессильными людьми, тогда единственной исторической перспективой являются застой и упадок.

Внутренняя динамика социальных движений

Социальные движения возникают в определенный момент, развиваются, проходят различные фазы, угасают и исчезают. По словам классика в этой области Герберта Блумера, движение должно сформироваться и «сделать карьеру» в том мире, который почти всегда противостоит, сопротивляется или по меньшей мере просто безразличен к нему. Сначала рассмотрим внутреннюю динамику социальных движений, а затем обратимся к внешней динамике, т.е. к влиянию социальных движений на более широкое социальное целое, в рамках которого они действуют. Это две стороны процесса, который можно назвать «двойным морфогенезом» социальных движений.

Во внутренней динамике движения мы предлагаем различать четыре главные стадии: возникновение, мобилизацию, совершенствование структуры и завершение.

1. Все социальные движения возникают в определенных исторических условиях, в пределах исторически заданной структуры. Эта последняя создает запас ресурсов и возможностей, служит сокровищницей идей, на основе которых движение формулирует собственные кредо, идеологию, цели, выявляет своих врагов и сторонников, обосновывает свое видение будущего. Движение осмысляет существующие взгляды, производит их отбор, меняет акценты, соединяет во взаимосвязанную систему и, естественно, добавляет к этой основе нечто новое. Кажущаяся новизна никогда не бывает абсолютной. Так, революционные движения не изобретают свои лозунги, боевые призывы, представления о лучшем мире, а заимствуют их. Скажем, некоторые свои мысли Маркс позднее развил в целостную теорию революционного прошлого. <...> Что касается прежней нормативной структуры, то она часто служит как бы негативной основой движения, тем, что противопоставляется или отрицается. Правила, ценности, институты, роли установленного нормативного порядка критикуются, высмеиваются, им бросают вызов. Одни движения концентрируют свое внимание на нормах, квалифицируя их как недостаточные, неадекватные или несоответствующие средства для достижения новых целей. Другие сосредоточиваются на ценностях, которые также рассматриваются как неправильные. По мнению Смелзера, когда у движений, «ориентированных на нормы», появляется сильная оппозиция в виде контрдвижений, если эти движения подавляются

или блокируются властями, то происходит постепенное расширение целей и качественное изменение требований, что ведет к возникновению «ценностно-ориентированных» движений. <...>

Ассоциации или сообщества, объединяющие людей по религиозному либо этническому принципу, ускоряют мобилизацию и вовлечение новых индивидов и групп в социальные движения. Так, организационная структура движения за гражданские права в США была заимствована у сети сегрегационных колледжей, женских клубов, газет, местных объединений и мелкого бизнеса. «Черная церковь обеспечила движение музыкой и риторикой, она укрепляла дух его участников». Аналогичную роль играли католическая церковь, неформальные кружки и ассоциации оппозиционного характера (например, Комитет защиты рабочих в самом начале зарождения «Солидарности» в Польше в 80-х гг.). Большое значение имеет и так называемая «структура политических возможностей» (ассоциации, местные административные центры, сотрудничающая политическая элита и т.д.).

Наконец, мы подходим к последней теме — структуре социальных неравенств, иерархий богатства, власти и престижа. Вытекающие отсюда противоречия и конфликты между классами, стратами и т.д. часто оказываются фактором первичной мотивации. Иерархическая дифференциация насущных интересов приводит к напряженности, усилению недовольства, что побуждает людей присоединиться к движениям протеста или реформаторским движениям. Те, у кого нет никакой надежды на успех, кто лишен доступа к ресурсам, составляют «человеческий материал» социальных движений; они быстро отзываются на призывы и легко включаются в действия, нацеленные на структурное перераспределение привилегий и поощрений.

Условия и напряжения, существующие в рамках структуры, необходимы, но не достаточны для возникновения движения. В следующей фазе процесс должен переместиться в область социального сознания. <...>

Когда социальная напряженность соединяется с ее общим идеологическим осознанием, тогда ситуацию можно считать созревшей для возникновения движения.

В подобных ситуациях роль инициирующего фактора чаще всего играет незначительное событие, с которого начинается «карьера» движения. Такое событие поднимает уровень осознания, создает прецедент героического противодействия, провоцирует открытое выражение поддержки и раскрывает широкий диапазон оппозиционного консенсуса (прорывая «плюралистическое незнание», когда никто не представляет, сколько еще людей разделяют это недовольство и сколько действительно готовы присоединиться к действию). Оно также служит проверкой решительности властей или ее отсутствия. В случае с Розой Парке, которая отказалась занять место в той части автобуса, что предназна-

лась для чернокожих пассажиров, конфликт, выросший из маленького инцидента, разросся в одно из наиболее мощных социальных движений в американской истории — движение за гражданские права негров. В другом случае, когда пожилая рабочая Анна Валентинович была уволена с верфи имени Ленина в Гданьске в 1980 г. по политическим мотивам, рабочие встали на ее защиту, и в течение нескольких дней набрало силу самое мощное политическое движение в современной европейской истории — «Солидарность».

2. Иницилирующее событие закрывает начальную стадию «карьеры» движения, т.е. фазу возникновения. Далее следует фаза мобилизации. Первая волна рекрутирования включает тех, кто наиболее подвержен влиянию условий, против которых направлено движение, кто лучше всех воспринимает его центральную идею, наиболее точно понимает и оценивает (интеллектуально, эмоционально, морально и политически) его причины. Такие люди присоединяются к движению по убеждению, считая, что оно и есть тот инструмент, который необходим для осуществления общественных преобразований. По мере того как движение растет и набирает силу, к нему подключаются те, кто просто ищет смысла в жизни. Нельзя сбрасывать со счетов и кучки циничных критиканов, которые присоединяются к движению в надежде на материальные выгоды в случае его победы. На этой, второй, волне люди вступают в движение скорее из сочувствия, а не по убеждению. Не удивительно, что различные мотивы включения в деятельность движения служат причиной появления и разных видов связей, удерживающих людей в его структуре. Среди них есть и активисты, и последователи, и просто попутчики, и даже «свободные наездники», отдаленно симпатизирующие ему, надеющиеся, что победа принесет выгоды и им. Такая, подобная луковице, структура становится особенно очевидной, когда движение сталкивается с неприятностями, подавляется или терпит поражение. В этих случаях внешние слои отпадают первыми. Активисты остаются и иногда позднее возрождают движение.

Однако простого привлечения в собственные ряды новых «рекрутов» недостаточно, необходимо мобилизовать людей на коллективные действия. Изучение социальных движений доказывает, что здесь огромное значение имеют харизматические лидеры: Иисус Христос, Будда, Магомет, Мартин Лютер Кинг, Лех Валенса, Вацлав Гавел и многие другие. Они сплачивают своих сторонников, заражают их своим энтузиазмом и вдохновляют на героические поступки. Руководя действиями людей, лидеры укрепляют и собственное положение. Таким образом, делается первый шаг к возникновению внутренней дифференциации и иерархической структуры движения. <...>

3. Это открывает следующую стадию в развитии движения: структурное совершенствование, которое проходит долгий путь от простого

объединения людей до полностью сформировавшейся организации. Различаются четыре подпроцесса внутреннего морфогенеза.

- А. Сначала наблюдается постепенное возникновение новых идей, верований, кредо, «общего словаря надежды и протеста». Со временем некоторые движения развивают свое собственное, особое *мировосприятие*.
- Б. Затем наступает институционализация новых норм и ценностей, регулирующих функционирование движения и обеспечивающих критерии для критики внешних условий. ... Следует заметить, что внутренние нормы и ценности могут также регулировать отношения с оппонентами, определяя «репертуар точек зрения» или тактику борьбы, которая предписывает, что дозволено, а что запрещено в обращении с оппонентами и противниками движения. Таким образом, во внутренней нормативной структуре движения различаются «этика солидарности» и «этика борьбы».
- В. Следующий подпроцесс — возникновение новой внутренней организационной структуры: новых взаимодействий, отношений, соединений, обязательств. <...> Конечный эффект построения внутренней структуры заключается в появлении полностью оформленной организации социального движения (ОСД), определяемой как «формальная организация, которая идентифицирует свои цели и предпочтения социального движения, или контрдвижения, и пытается достичь их». Например, движение за гражданские права негров в США породило несколько организационных форм: Конгресс расового равенства, Национальная ассоциация за прогресс цветных, Южная христианская конференция лидерства, Студенческий координационный ненасильственный комитет и т.д. <...>
- Г. Наконец, набирает силу еще один подпроцесс — появление (выкристаллизовывание) новых подходящих структур, новой иерархии зависимости, доминирования, лидерства, влияния и власти. Оптимальный эффект достигается, несомненно, при «слиянии индивидуальных интересов и общественных целей», когда участие в движении удовлетворяет потребности его членов и в то же время вносит вклад в намеченные социальные изменения.

Можно выделить две типичные последовательности морфогенетических процессов в зависимости от происхождения движения. Когда оно возникает «лавинообразно», спонтанно («снизу»), принимая форму взрыва недовольства и возмущения, начало обычно закладывается из простых взаимодействий. Участники бунтов, манифестаций и т.д. создают зачаточную форму организационной структуры. Потом движение обретает идею — иногда привнесенную извне, иногда заимствованную

из более ранней доктрины, а иногда сформулированную харизматическим лидером. Затем, когда складываются этика солидарности и этика борьбы, постепенно вырабатывается специфическая нормативная система. Наконец, внутреннее разделение между лидерами, последователями, рядовыми членами, симпатизирующими, случайными попутчиками и «свободными наездниками» кристаллизуется в подходящую (соответствующую) структуру.

Если же движение возникает «сверху» (такая ситуация изучается сторонниками школы мобилизации ресурсов), то оно обычно начинается с радикальной критики настоящего и указания на конкретные личности или группы, которые блокируют путь к будущему. Затем наступает институционализация нового нормативного порядка, определяемого идеологией, что осуществляется организаторами движения и подкрепляется санкциями его руководства. На этой основе среди членов движения возникают новые модели взаимодействия, более постоянные связи. Наконец, кристаллизуется дифференциация возможностей внутри движения (хотя и непостоянный, но все-таки реальный доступ к источникам, которые оно контролирует), при этом четко разделяются ведущая элита и рядовые члены, участники и симпатизирующие.

<...> Различные подпроцессы внутреннего морфогенеза движения не обязательно протекают гармонично. Зачастую одни из них чрезмерно развиваются за счет других, давая жизнь различным патологиям. Так, слишком сильное увлечение идеологией приводит к утопизму, прагматизму или фундаментализму. Слишком большое внимание институционализации нормативной структуры ведет к чрезмерной регуляции, а акцент на тесное и интенсивное взаимодействие членов движения легко вырождается в фракционность, протекционизм, выдвигает на первый план при занятии высших постов личностные критерии. Дифференциация возможностей, насущных интересов или жизненных шансов среди участников движения нередко порождает олигархию и смещение целей, особенно если задачу сохранения самого движения лидеры ставят выше задач по реализации его начальной программы. <...>

4. Краткий комментарий к последней стадии «карьеры» движения — его завершению. Есть два варианта. Один — оптимистический: движение побеждает, и таким образом устраняются причины, породившие его, деятельность его свертывается, и оно распадается. Другой — пессимистический: движение подавляется, терпит поражение или исчерпывает потенциал своего энтузиазма и постепенно приходит в упадок, не добившись победы. Но ситуация может быть двоякой. Иногда полный успех движения приводит к досрочному достижению цели и к его быстрому распаду, провоцируя ответный удар противодействующих сил. Завоевания движения могут быть утрачены, если больше нет сил для их поддержания. Это то, что некоторые лидеры называют «кризисом побе-

ды». В других случаях неудача помогает обнаружить слабые стороны, выявить тех, кто действительно поддерживает движение, уничтожить его противников, перегруппировать силы, поймать врагов «на мушку» и, пересмотрев тактику движения, оживить его в новых формах. Такую ситуацию можно назвать «победой поражения». Именно это случилось с подавлением движения «Солидарности» в Польше в конце 80-х, что привело к его окончательной победе в 1989 г.

Внешняя динамика социальных движений

Обратимся теперь к другой стороне «двойного морфогенеза», а именно к влиянию социального движения на окружающее общество. <...>

Последствия социального движения имеют сложный, двойственный характер. Потерпев поражение, оно может тем не менее вызвать такие структурные сдвиги, которые позднее все-таки приведут к победе. «Движение может быть беспощадно подавлено, и все же многое, к чему оно стремилось, со временем проявляется. Конфронтация нередко служит предупредительным сигналом для правящей элиты, которая осознает, что лучше изменить курс, чтобы не столкнуться в будущем с еще более мощным выступлением». <...>

В то же время движение, которое явно реализовало все свои программные цели, но не использовало все исторические шансы, конкретные исторические обстоятельства, вряд ли можно назвать успешным. Ведь случается и так, что изменения, которые поначалу воспринимаются как несомненные завоевания, вдруг приводят к негативным последствиям, способным перечеркнуть полученные преимущества. В конце концов то, что удалось завоевать, может быть утрачено в долгосрочной перспективе.

Морфогенетический потенциал движения проявляется как в разрушительных, так и в созидательных действиях. Обычно, для того чтобы ввести структурные новации, оно должно вначале подорвать или по крайней мере ослабить прежние структуры и лишь позднее приступить к созиданию. Однако некоторые движения ограничиваются разрушением, поскольку им недостает творческого потенциала. В таких случаях говорить об исторической роли движения неправомерно.

Структурно-преобразовательный потенциал движения (как деструктивный, так и конструктивный) может принимать различные формы в зависимости от типа (уровня развития, размеров) социальной структуры, на которую он направлен. Всего существуют четыре разновидности (формы) такого потенциала.

1. *Идеологический* потенциал движения выражается в его влиянии на распространенные в обществе идеи, кредо, верования, мировоззрения, представления о настоящем, образы будущего, деление на врагов и союзников и т.д. <...>

2. *Реформаторский* потенциал движения выражается в его воздействии на нормативную структуру, в распространении новых ценностей, правил поведения и т.д. среди населения. Тем самым достигается то, что Берне и Букли называют «мета-властью» или «относительным контролем». «Основные схватки в человеческой истории и современном обществе вращаются вокруг формирования и реформирования ключевых правил систем, центральных институтов общества».

3. *Реорганизационный* потенциал выражается во влиянии движения на модели и каналы социального взаимодействия (социальную организацию), на процессы установления новых социальных связей, возникновения новых групп и новых межгрупповых коалиций, на формирование коммуникационных сетей и т.д. <...>

4. Наконец, можно выделить *перераспределительный* потенциал, который выражается во влиянии движения на процесс формирования новых подходящих структур в той мере, в которой это движение способно отобрать привилегии у своих врагов и обеспечить ими своих членов, последователей, сторонников или симпатизирующих. Яркий тому пример — подрыв «номенклатуры» в посткоммунистических странах Восточной Европы в недавнем прошлом. Перераспределение шансов на успех — это конечная цель движения в области структурных сдвигов. Доступ к власти играет решающую роль для сохранения достигнутых преимуществ и управления распределением ресурсов и благ в будущем. <...>

Движение полностью раскрывает свой динамический потенциал только тогда, когда реализуется каждая из четырех его разновидностей (форм). Для подобного, весьма редкого, случая я бы сохранил термин «революционное движение». На деле движения часто уродливы, сосредоточены на какой-либо одной сфере структурных изменений. <...>

Если обратиться к революционным движениям — многообразным по характеру своих целей и наиболее всеобъемлющим по структурному воздействию, то обнаружатся две типичные альтернативные последовательности внешнего морфогенеза. Одна идет «снизу», начинаясь с новой идеологии, под влиянием которой постепенно складываются новые нормы и ценности, а их применение способствует формированию новых моделей взаимодействия и организации, — они-то в конечном счете и обуславливают формирование новых насущных потребностей и интересов. Это спонтанный морфогенетический процесс. Альтернативная последовательность протекает в обратном порядке. Она начинается «сверху» — с перераспределения ресурсов, возможностей, жизненных шансов декретом правительства, которое берет власть; использование новых возможностей способствует формированию новых моделей взаимодействия, но не посредством принятия особых правил, а путем следования новым образцам, и лишь постепенная кристаллизация их приводит к новым нормам и ценностям; наконец, возникают новые идеи,

верования и кредо как рационализация новых структурных порядков в других сферах. Это — морфогенетический процесс, введенный законом.

Теперь сведем воедино наши наблюдения о внешней и внутренней динамике социального движения. «Двойной морфогенез» социальных движений не означает той же последовательности фаз или стадий, в которой внутренний морфогенез (возникновение внутренней структуры движения) по времени предшествовал бы внешнему (возникновению или преобразованию структур общества). Мы не должны заблуждаться, полагая, что движение сначала кристаллизуется, чтобы обрести морфогенетический потенциал, и лишь потом становится способным занять структурными реформами. Такое предположение о линейной последовательности необходимо отвергнуть.

Социальные движения приводят к изменениям в обществе с самого начала своего зарождения, с момента своего внутреннего морфогенеза. Аналогичным образом изменения в обществе также все время влияют на него по принципу обратной связи, постоянно модифицируют «карьеру» движения, его размах, скорость и направление. <...> Процессы становления и движения и новых социальных структур тесно взаимосвязаны, они стимулируют или сдерживают друг друга. Существует постоянное взаимодействие элементов внутреннего и внешнего морфогенеза.

Современное состояние теорий социальных движений

<...> Существуют две традиционно противоположные модели общества, соответствующие двум противоположным подходам к изучению социальных движений. Согласно первой модели, социальные движения появляются «снизу», когда уровень недовольства, возмущения и крушения надежд превышает определенный порог. Авторы одной разновидности этой модели рисуют образ вулкана: социальные движения представляются им как стихийный, спонтанный взрыв коллективного поведения, который лишь позднее приобретает лидеров, организацию, идеологию (движения просто «случаются»). Сторонники другой рисуют предпринимательский, или конспиративный (заговорщический), образ: социальные движения рассматриваются как целенаправленные коллективные действия, подготавливаемые, мобилизуемые и управляемые лидерами и идеологиями в попытке достичь специфических целей (в этой модели социальные движения «формируются»).

Вторая, противоположная модель делает ударение на структурном контексте, облегчающем или сдерживающем возникновение социальных движений; иначе говоря, движения прорываются наружу, когда условия, обстоятельства, ситуация оказываются благоприятными для этого. Одна из разновидностей данной модели основана на метафоре клапана для выпуска пара: потенциал движения (в той или иной мере имеющийся в

любом обществе и рассматриваемый как постоянный) выпускается «сверху», если сдерживающие механизмы — блоки и управление на уровне политической системы — ослабевают. По версии другой разновидности рассматриваемой модели важную роль играет доступность ресурсов: причиной появления движений служит открытие новых средств и возможностей, облегчающих коллективные действия. Наиболее часто характер политической системы и, в частности, поле деятельности «структуры благоприятных политических возможностей» отмечается как основной, решающий фактор сдерживания или облегчения коллективных действий.

В современных концепциях социальных движений обнаруживается явная тенденция к синтезу, преодолевающему противоположность теорий, ориентированных на действие и структуру. ... Как недавно заметил Дитер Рухт, «важная задача дальнейшего исследования заключается в возведении концептуальных мостов». Многие ученые предпринимают конкретные шаги в этом направлении. <...>

Берт Кландерманс считает, что повышенное внимание сторонников теории мобилизации ресурсов социальных движений к проблеме их структуры (организаций) ведет к отрицанию их индивидуального, социально-психологического измерения. Необходимо, полагает он, соединить новую, модифицированную социально-психологическую теорию с правильным подходом к мобилизации ресурсов. Автор заявляет, что нужно покончить как с традиционными социально-психологическими подходами к социальным движениям, так и с отрицанием социально-психологического анализа теориями мобилизации ресурсов.

Мира Ферри и Фредерик Миллер делают аналогичную попытку обогатить теорию мобилизации ресурсов разработкой проблемы субъективного уровня. Они сосредоточивают внимание на двух психологических процессах, решающих для реформаторских или революционных движений. Один — недовольство системой (политизация), т.е. возложение всех грехов на институциональные структуры, а не на лидеров (правителей).

Другой — формирование мотиваций у участников, облегчающих их решение главной задачи: привлекать к движению новых сторонников и подталкивать их к действию. С этой точки зрения в теориях, ориентирующихся на структурно-организационную сторону движений, должна быть восстановлена психологическая перспектива. «Включение познавательных социально-психологических посылок вместо «побудительной» терминологии в рамках теории мобилизации ресурсов должно помочь в прояснении как отношений между движениями и обществом, так и процессов развития и роста самих движений».

Еще более поразительной является попытка одного из ведущих сторонников подхода «коллективного поведения» Ральфа Тёрнера «перекинуть мост через пропасть между теориями коллективного поведения

и мобилизации ресурсов». Он признает успехи, достигнутые теорией мобилизации ресурсов, и противится желанию рассматривать ее непременно в качестве альтернативы более традиционному подходу, сторонниками которого являются Парк, Блумер, Смелзер и он сам. Тёрнер считает, что теория мобилизации ресурсов вносит важный вклад в решение трех вопросов, которые остаются нерешенными в рамках ортодоксальной теории коллективного поведения. Во-первых, это вопрос о «внеинституциональности»: почему люди отклоняются, отступают от установленных институциональных путей? Во-вторых, о «переводе чувств в действия»: почему люди превращают внеинституциональные диспозиции в действия? И в-третьих, о загадке «коллективного действия»: почему люди собираются вместе для выражения своих чувств и стремлений? Таким образом, «полная и сбалансированная теория социальных движений должна включать в себя наиболее важные положения обеих упомянутых концепций».

Стремление к компромиссу продемонстрировала и противоположная сторона: как заявили основатели теории мобилизации ресурсов Доу МакАдам, Джон Маккарти и Майер Залд, «полное понимание динамики движения может быть достигнуто лишь при условии широкого концептуального видения нового и старого подходов». Они отрицают односторонние объяснения истоков движения «сверху» и «снизу» и считают, что между макроструктурными условиями (политическими, экономическими, организационными) и микродинамикой возникающих движений существует связь. <...>

Такая тенденция к синтезу и согласию представляется правильной. Социологическая мудрость сосредоточивается не в какой-то одной теории или школе. Адекватную интерпретацию невероятно сложных социальных явлений могут дать лишь множество теорий или многомерная теория. <...>

Во-первых, социальные движения являются воплощением характерной двусторонности социальной реальности. МакАдам, Маккарти и Залд замечают, что «реальное действие в социальных движениях разворачивается на промежуточном уровне — между макро- и микро-». Обершолл полагает, что процессы, происходящие в социальных движениях, «обеспечивают связь между макро- и микроасpekтами социологической теории». Цюрхер и Сноу указывают: «Связь между индивидуальными и социальными структурами отчетливее всего проявляется в социальных движениях». Следовательно, «множество социальных движений есть великолепная сцена, на которой можно наблюдать, как социальные факторы влияют на деятелей и сами оказываются под их влиянием».

Во-вторых, социальные движения представляют собой также промежуточную стадию в динамике возникновения новой социальной ткани, позволяя нам «ухватить» социальную реальность в момент ее рожде-

ния. Это означает, что они принимают участие в формировании, конструировании, реформировании общества, являются в некотором роде наиболее важными субъектами (агентами) структурных изменений и построений. «Социальные движения относятся к процессам, с помощью которых общество осуществляет свою организацию на основе системы исторических действий и через классовые конфликты и политические действия». Изучая социальные движения, мы имеем возможность анализировать более широкие социальные структуры в процессе их возникновения и изменения.

В-третьих, социальные движения являются промежуточным феноменом и в ином смысле. «Движения не сводятся целиком и полностью к коллективному поведению, хотя и не являются воплощением зарождающихся групп интересов... Скорее, они содержат в себе элементы и того, и другого». Таким образом, изучение социальных движений помогает нам уяснить смысл промежуточной фазы внутреннего построения структур, увидеть, как они возникают и изменяются. Киллиан так суммирует это положение: «Изучение социальных движений не есть изучение стабильных групп или установленных институтов, оно представляет собой исследование социальных групп и институтов в процессе их становления». <...>

И. С. Клецина

ГЕНДЕРНЫЕ ГРУППЫ КАК СУБЪЕКТЫ ГЕНДЕРНЫХ ОТНОШЕНИЙ¹

Психология больших социальных групп является одним из традиционных объектов социально-психологического исследования, однако социальные группы, сформированные по признаку пола, практически не попадают в фокус внимания отечественных социальных психологов. Мы попытаемся отчасти компенсировать этот пробел в системе социально-психологического знания, не забывая о главной нашей задаче — изучении гендерных отношений как многоуровневого явления. Поскольку группы мужчин и женщин выступают как основные субъекты гендерных отношений, мы должны предоставить наиболее полное описание их психологических особенностей.

Для выделения социально-психологической специфики больших групп необходимо раскрыть их различные стороны функционирования и проявления. <...>

¹ Клецина И. С. Гендерные группы как субъекты гендерных отношений // И. С. Клецина. Психология гендерных отношений: Теория и практика. СПб., 2004. С. 17–25.

Общие характеристики гендерных групп как больших социальных групп

<...>

Анализ социально-психологической литературы позволяет выделить ряд критериев, на основе которых принято классифицировать большие социальные группы. К их числу относятся:

- 1) основной признак образования группы;
- 2) длительность существования групп, их устойчивость;
- 3) степень однородности состава;
- 4) степень прочности и устойчивости регуляторов поведения членов больших групп;
- 5) уровень развития макрогруппы.

Традиционно используемый сущностный признак, позволяющий дифференцировать группы мужчин и женщин от других социальных групп и друг от друга, — это биологические (морфологические и функциональные) признаки.

На уровне индивидуальных характеристик мужчины и женщины различаются по генетическим, гормональным и внешним, и внутренним морфологическим признакам. В повседневной жизни половая дифференциация осуществляется на основе таких биологических характеристик индивида, как строение его половых органов, т.е. внешний морфологический пол. Именно по этому признаку уже в первые секунды жизни индивида относят к тому или иному полу. Эти очевидные и непосредственно воспринимаемые биологические признаки и определяют паспортный пол индивида, который может быть либо мужским, либо женским.

Для дифференциации групп мужчин и женщин часто используют еще такой биологический признак, как функции, выполняемые в процессе воспроизводства человеческого рода. Только женщина может стать физической матерью, и только мужчина может быть природным отцом. Однако хотя этот признак и очевидный, он не относится к разряду сущностных признаков, разделяющих группы мужчин и женщин. Дело в том, что далеко не все представительницы женского пола могут стать матерями, здесь играет роль и возраст женщин (юные или пожилые женщины не обладают репродуктивными способностями), и состояние здоровья женщины (например, бесплодие). Кроме того, не все женщины хотят быть матерями. Аналогичным образом обстоит дело и с мужчинами: не все из них по разным причинам становятся отцами. Перечисленные ограничения не позволяют отнести данный признак к базовым основаниям разделения групп мужчин и женщин между собой. Этот признак более обоснованно может быть отнесен к разряду полоролевых стереотипов. В соответствии с таким стереотипом широко распространено

мнение о том, что материнская функция — главная роль в жизни каждой женщины, поэтому каждая женщина должна стать матерью.

Еще один широко используемый биологический признак дифференциации гендерных групп опирается на различия в физической силе. Половая дифференциация на основе данного признака получила широкое распространение в определениях «сильный» и «слабый» пол. Однако в реальности эти различия существуют только на уровне сравнения среднестатистических показателей: «средний мужчина» физически сильнее «средней женщины». Между тем взрослая женщина сильнее мальчика или старика, спортсменка сильнее болезненного мужчины и т.п. Таким образом, в качестве признака, дифференцирующего группы мужчин и женщин, используются не реальные природные различия, а стереотипы, описывающие эти различия в предельно упрощенной и обобщенной форме.

Итак, функции, выполняемые в процессе воспроизводства человеческого рода, и различия в физической силе мужчин и женщин являются частными, а не универсальными признаками половой дифференциации. <...>

Нас интересуют не столько биологические признаки выделения групп мужчин и женщин, сколько социально-психологические признаки. Основными социально-психологическими признаками образования гендерных групп являются социальные роли мужчин и женщин и их социальный статус, означающий положение в социальной иерархии.

Кроме специальных признаков гендерным группам присущ и признак, характерный для образования всех социальных групп, речь идет об осознании членами гендерных групп своей групповой принадлежности. На основе половой идентификации социальные группы, состоящие из мужчин и женщин, образуют психологическую общность. Социально-психологической основой любой общности являются понятия «мы» и «они». «Мы» — это универсальная психологическая форма самосознания всякой общности людей, «мы» всегда противопоставляется понятию «они». Гендерный аспект анализа групп мужчин и женщин определен акцентированием не эволюционно-биологического фактора, а именно социальной и культурной детерминации различий между полами. Чувство «мы», как основной показатель социально-психологической общности, формируется у мужчин и женщин в процессе гендерной социализации, поэтому проблема гендерной социализации является одной из важнейших тем гендерной проблематики.

Также следует отметить, что большие социальные группы, состоящие из мужчин и женщин, относятся к стабильным, долговременным и устойчивым группам, в этих группах люди состоят всю свою жизнь (за редким исключением отдельных случаев смены пола). Эти группы относятся к устойчивым в своем развитии макрогруппам, из которых

складывается все население любого общества. Группы мужчин и женщин относят к разряду демографических групп, они занимают определенное место в социальной структуре любого общества.

Что касается степени однородности гендерных групп, то можно отметить, что эти группы, как и большинство других макрогрупп, не отличаются высокой степенью гомогенности своего состава, поскольку всякая общность в реальной жизни не живет абсолютно автономно, а активно взаимодействует с другими общностями и в «чистом» виде не существует. Группы мужчин и женщин *не однородны* по таким признакам, как раса, национальность, возраст, социальный статус, область профессиональной деятельности, религиозные и политические пристрастия и т.д.

В качестве одного из системообразующих признаков любой социальной группы является определенный набор социальных норм, регулирующих взаимодействие и особенности поведения членов групп. В отношении гендерных групп таких норм и правил полоспецифичного, социально приемлемого поведения существует множество. Все агенты гендерной социализации активно обучают мальчиков и девочек этим правилам поведения, укрепляя тем самым их групповую идентификацию и развивая групповое сознание. Следует отметить, что нормативные регуляторы поведения мужчин и женщин отличаются прочностью и устойчивостью. Нормативные представления о соматических, психических и поведенческих свойствах, характерных для мужчин и женщин, проявляющиеся в образцах-эталонах «настоящий мужчина», «настоящая женщина» и нормах «мужественности» и «женственности», часто вступают в противоречие с невозможностью или нежеланием личности соответствовать этим представлениям-требованиям, что может приводить к внутриличностным гендерным конфликтам.

Укоренившись в групповом сознании в форме доминирующих представлений, стереотипов и установок, эти довольно ригидные и консервативные предубеждения о нормах поведения мужчин и женщин благополучно передаются из поколения в поколение.

Таким образом, гендерные группы мы можем определить как устойчивые социально-психологические общности людей, члены которых, осознавая себя как мужчины и женщины, разделяют и репрезентируют нормы полоспецифичного поведения.

Следующий критерий, на основе которого мы характеризуем гендерные группы, — это уровень их развития. По классификации Г. Г. Дилигенского макрогруппы в своем развитии проходят три этапа, которые и соответствуют трем уровням развития групп.

Самый низший, элементарный уровень макрогруппы определяется тем, что ее члены имеют общие один или несколько социально-психологических признаков, но группа не выступает как некое социально-

психологическое единство. Объединенные по этим признакам люди составляют сумму индивидов, но не составляют единства. Они имеют сходство в психологическом складе личности, но не образуют нового социально-психологического качества. Такие группы могут быть названы *типологическими*. Любая социальная макрогруппа начинает свое развитие с такого «типологического» этапа.

Более высокий уровень социально-психологической общности выражается в том, что члены макрогруппы осознают свою принадлежность к данной группе и сознательно отделяют «свою» группу от других людей; иначе говоря, существует групповое самосознание. При этом уровне социально-психологической общности она отражается в представлениях типа «мы» и «они». Поскольку в данном случае речь идет о макрогруппе, члены которой идентифицируют себя с ней, такой уровень социально-психологической общности можно назвать *идентификационным*.

Наконец, наиболее высокий уровень общности макрогруппы существует тогда, когда группа обладает психологической готовностью к совместным действиям во имя групповых целей и интересов. Этот уровень предполагает, что члены макрогруппы не просто идентифицируют себя с ней, но обладают достаточно разработанной системой представлений о целях своей группы в макросоциуме. Этот уровень общности можно назвать *уровнем солидарности*.

В соответствии с данной типологией можно говорить о том, что основные гендерные группы находятся на втором уровне развития — идентификационном. Однако в отдельных странах и в определенные исторические периоды группы женщин демонстрировали более высокий уровень солидарности, характеризуя тем самым и более высокий уровень группового развития. Речь идет о феминистском движении как о социально-политическом движении женщин за равенство своих прав и возможностей. Наибольшая активность феминистского движения отмечалась в западных странах в периоды: конец XIX — начало XX в. — первая волна и 60—70-е гг. XX в. — вторая волна феминизма. В период активизации социально-политического движения группы женщин демонстрировали согласованные совместные действия во имя реализации идей равноправия полов во всех сферах жизнедеятельности. Феминистское движение повлияло на политические институты, на самосознание женщин, на изменение гендерной системы в целом, оно открыло табуированные темы и изменило интерпретацию ранее обсуждаемых проблем.

Следует заметить, что уровень психологической общности группы имеет чрезвычайно большое значение, ибо он представляет собой один из важнейших факторов, определяющих ее роль в общественно-историческом развитии, самостоятельность этой роли. Только группы с высоким уровнем психологической общности могут быть действующими группами, выступать как «единицы действия».

В связи с этим возникает закономерный вопрос: почему гендерные группы в своем развитии не достигают высшего уровня развития? Попробуем ответить на этот вопрос на основе рассмотрения факторов, способствующих и препятствующих развитию макрогруппы. Это следующие факторы: 1) степень гетерогенности и гомогенности группы; 2) характер внутригрупповых и межгрупповых коммуникаций; 3) непосредственность отражения в сознании признаков, позволяющих идентифицировать группу и отделить ее от других групп; 4) объективная возможность сменить реальную связь с одной группой на связь с другой группой; 5) идеология как стимул к объединенным действиям.

Степень гетерогенности и гомогенности группы выступает как один из значимых факторов, влияющих на уровень развития группы. Чем однороднее группа в социальном отношении, тем легче достигается ее внутренняя психологическая общность. Очевидно, что процессы идентификации и солидарности легче всего проходят в макрогруппах, наиболее однородных по своим экономическим, социальным, культурным характеристикам и наименее дифференцированных на подгруппы. Гендерные группы характеризуются весьма разнородным составом по расовым и возрастным признакам, по социальному статусу и уровню дохода, по уровню образования и культуры и др. Эти разнородные характеристики, конечно, затрудняют процессы групповой интеграции.

На уровень развития общностей влияет характер внутригрупповых и межгрупповых коммуникаций. Хорошо известно, что индивид тем легче идентифицирует себя с определенной группой, чем больше его коммуникативных связей внутри нее. Общности мужчин и женщин не отграничены друг от друга, члены этих групп находятся практически в постоянном взаимодействии и непосредственных контактах с представителями других групп. Этот факт способствует лучшему узнаванию представителей другой гендерной группы, но не стимулирует развитие внутригрупповой солидарности.

Для определения уровня социально-психологической общности группы имеют значение эмпиричность, очевидность, непосредственность отражения в сознании признаков, позволяющих идентифицировать группу и отделить ее от других групп. Идентификация по признаку пола — это процесс, который не вызывает особых затруднений у индивидов. Межгрупповые различия, основанные на признаках принадлежности к мужскому или женскому полу, легко отражаются в сознании, так как эти признаки «лежат на поверхности» и не требуют сложного процесса познания действительности. Этот фактор «работает» на укрепление социально-психологической общности гендерных групп.

Такую же роль играет и отсутствие объективной возможности перехода из одной гендерной группы в другую.

Одним из основных интегрирующих признаков социально-психологической общности является идеология. Объединение людей в борь-

бе за разделяемую большинством членов групп идею способствует развитию макрогрупп. <...>

Таким образом, из перечисленных пяти факторов, влияющих на развитие идентификации гендерных групп, первые два фактора препятствуют, а вторые два способствуют гендерной групповой солидарности. Что касается идеологии, то позитивное влияние этого фактора будет сказываться на групповом развитии лишь при наличии благоприятных сопутствующих условий.

Психологическая структура гендерной группы как большой социальной группы

Теперь обратимся ко второму вопросу описания особенностей гендерных групп — рассмотрению их *психологической структуры*. Структура психологии большой социальной группы включает в себя различные психические свойства, психические процессы и психические состояния подобно тому, как этими же элементами обладает психика отдельного человека. Большинство отечественных социальных психологов, занимающихся изучением проблем больших социальных групп, выделяют в психологической структуре этих групп две составные части:

- 1) психический склад как более устойчивое образование (к которому может быть отнесен социальный или национальный характер);
- 2) эмоциональная сфера как более подвижное динамическое образование (в которую входят потребности, интересы, настроения).

В обыденном сознании утвердилось довольно устойчивое мнение о том, что личностные особенности мужчин и женщин принципиально различны. Распространенными в повседневном дискурсе являются и понятия «мужская психология», «женская психология». В популярной литературе можно встретить немало работ, в которых подчеркиваются и описываются психологические различия между полами. <...>

Психологические исследования различий между представителями двух полов ведутся давно, однако полученные результаты часто оказывались противоречивыми. В настоящее время к общепризнанным относятся выявленные различия в когнитивной сфере личностного развития мужчин и женщин и в сфере социального поведения.

В когнитивной сфере можно считать установленным факт наличия половых различий в вербальных и пространственных способностях. У женщин лучше развиты вербальные способности, а у мужчин — пространственные. Наименьшие различия установлены в вербальных способностях в пользу женщин, наибольшие — в пространственной переработке информации и в пользу мужчин.

В социальном поведении мужчины характеризуются более высоким уровнем развития таких черт, как агрессивность и доминантность, а женщины характеризуются дружелюбностью и контактностью. Наиболее ярко выраженные различия в социальном поведении мужчин и женщин касаются агрессивных реакций и действий. Существует немало убедительных доказательств того, что мужчины более агрессивны, чем женщины. Мужчины более склонны прибегать к открытой физической агрессии. Для женщин более характерны различные проявления косвенной агрессии. Женщины рассматривают агрессию как средство выражения гнева и снятия стресса, мужчины — как инструмент, модель поведения, к которой прибегают для получения социального и материального вознаграждения.

Не менее значимы и данные ученых, полученные в областях, где между мужчинами и женщинами различий не наблюдается. Так, существуют убедительные данные о том, что мужчины и женщины между собой не различаются по таким психологическим характеристикам, как социабельность, уровень самоуважения, мотивация достижения, творческие и аналитические способности, способность руководить.

Так, опросив не одну сотню людей, американская исследовательница Джин Хайд пришла к заключению, что различия, выявляемые между средним мужчиной и средней женщиной, обнаруживаются далеко не всегда. В сущности, даже действительно существующие различия между мужчинами и женщинами оказываются весьма незначительными и часто не превышают 5% от максимально возможной величины. На самом деле между мужчинами и женщинами в психологических характеристиках гораздо больше сходства, чем различий.

Таким образом, полученные данные о незначительных различиях в индивидуально-психологических характеристиках между мужчинами и женщинами как представителями больших социальных групп не позволяют нам говорить об особом психологическом складе или о специфической женской или мужской психологии.

Рассмотрим особенности анализируемых гендерных групп с позиций второй составляющей их психологической структуры — эмоциональной сферы как динамического образования, которая проявляет себя в потребностях, жизненных ориентациях, интересах, настроениях.

Карен Хорни подчеркивает, что в соответствии с разделением социальных ролей сформировался определенный взгляд на женщин как на инфантильные создания, живущие эмоциями. Различия в эмоциональности между мужчинами и женщинами выявлены в разных сферах эмоциональных проявлений. Женщины превосходят мужчин в способности понимать эмоциональные состояния, т.е. они более эмпатичны, они более экспрессивны и лучше декодируют невербальные сигналы.

По результатам психологических исследований мужчины и женщины различаются по своим ориентациям и интересам. Для мужчин ха-

рактерна выраженная тенденция к независимости, а женщины ориентированы на взаимозависимость, которая в контексте авторитарного общества часто трансформируется в зависимость. Женщины в большей степени социально ориентированы, четче осознают те связи, которые объединяют людей и делают их общение более доверительным. Мужчины же стремятся к независимости через избегание зависимости. Еще одно отличие связано с отношением к окружающему миру. Мужское отношение характеризуется напористостью, самоуверенностью, ориентацией на контроль. Женский вариант отношения к окружающему миру характеризуется направленностью на поддержание сложившихся типов взаимодействий с людьми.

Что касается социальных ролей мужчин и женщин, то для женщин, как принято считать, более значимыми являются семейные роли, а для мужчин — профессиональные. Женщины в большей мере, чем мужчины, ориентированы на приватную сферу, их роль в семье обычно связана с заботой и уходом за членами семьи; в мужской самоидентификации профессиональный статус играет центральную роль, мужчины в большей мере ориентированы на социальную, публичную сферу деятельности.

По мнению современных исследователей, работающих в области психологии пола и гендерной психологии, все перечисленные различия детерминированы не биологическими, а социокультурными факторами: они обусловлены дифференцированной социализацией и иерархически выстроенными социальными ролями мужчин и женщин как проявлением существующего в обществе гендерного порядка. <...>

Итак, мы видим, что и в сфере таких особенностей личности, как эмоциональные состояния, интересы и ориентации, психологические различия между мужчинами и женщинами хотя и существуют, но охватывают небольшую часть личностных проявлений. Все выделенные различия в личностных особенностях мужчин и женщин как представителей больших социальных групп могут быть объединены понятиями «маскулинность» и «фемининность».

Маскулинность обозначает совокупность поведенческих и психических черт, свойств и особенностей, объективно присущих мужчинам в отличие от женщин. Это проявляется в том, что они физически сильнее и демонстрируют больше доминантных и агрессивных проявлений в поведении, чем женщины; они обладают более развитыми пространственными способностями, и их отношение к миру характеризуется напористостью, самоуверенностью, ориентацией на контроль, независимостью и ориентацией на профессиональные достижения.

Фемининность обозначает совокупность поведенческих и психических черт, свойств и особенностей, объективно присущих женщинам. Это проявляется в следующем: у женщин лучше развиты вербальные способности; они демонстрируют в поведении больше дружелюбия и кон-

тактности, чем мужчины; они более эмпатичны и социально ориентированы, лучше осознают те связи, которые объединяют людей и делают их общение более доверительным; женщины в большей мере, чем мужчины, ориентированы на семейные роли. <...>

Итак, мы можем заключить, что хотя группы мужчин и женщин по психологическому складу и не идентичны друг другу, но и не полярно противоположны. Их психологические профили более похожи, чем различны. Чем же обусловлено столь устойчивое мнение о том, что мужчины и женщины — это противоположные в психологическом смысле индивиды? Почему явление половой дифференциации психологических характеристик в структуре личности воспринимается как факт, не требующий обоснования?

Можно предложить два варианта объяснения этого факта.

Во-первых, психологические характеристики мужчин и женщин выводятся из специфики их биологии и физиологии. Принцип биологического детерминизма все еще прочно укоренен и в системе обыденного и научного знания. В системе эссенциалистских взглядов фундаментальные биологические различия обязательно должны проявляться и в сфере психологии, и в сфере социального поведения личности. В соответствии с данной позицией считается, что способность женщин к деторождению и первичный уход за детьми определяет однозначно ее экспрессивные качества личности и первоочередной круг интересов, связанных исключительно с исполнением семейных ролей. А у мужчин как индивидов, не способных выполнять эти биологические функции, должны развиваться и проявляться в основном инструментальные качества и свойства личности.

Во-вторых, в ситуации повседневного межличностного общения и контактов между полами обыденным сознанием чаще отмечаются и фиксируются различия не в устойчивых психологических структурах личности, а в сфере динамических образований, обусловленных реальным контекстом взаимодействия (например, эмоциональные состояния, увлечения, ориентации, интересы). Затем эти различия необоснованно переносятся на всю психологическую структуру личности мужчин или женщин.

Соотношение психики отдельных членов гендерной группы с общегрупповыми социально-психологическими особенностями

Третий параметр, на котором мы собирались остановиться, рассматривая психологические характеристики гендерных групп как больших социальных групп, — это вопрос *о соотношении психики отдельных индивидов, входящих в группу, с элементами групповой психологии.*

Почему важен этот вопрос? Ответ на него позволяет нам прояснить роль макрогрупп в психологическом становлении отдельной личности.

Значение больших социальных групп определяется тем, что содержание социально-значимых черт человеческой психики формируется именно на макросоциальном уровне: в больших устойчивых социальных группах создаются исторически конкретные социальные нормы, ценности и установки, которые «доводятся» до индивида посредством малых групп и межличностного общения.

Психологические особенности членов больших социальных групп формируются и проявляются в ходе социальных отношений, взаимодействия и непосредственных контактов. Что объединяет членов гендерных групп? Хотя члены гендерных групп контактируют с небольшой частью членов своей группы, всех их объединяет сходство условий социализации, образа жизни, некоторых ценностей и переживаний. <...>

У каждого члена определенной устойчивой группы присутствуют черты, типичные для всей группы, т.е. имеет место некоторое совпадение групповой и индивидуальной психологии. Эти общегрупповые черты задаются и формируются сходными условиями жизнедеятельности членов группы. Так, условия первичной социализации стимулируют развитие у мальчиков и девочек полостепецифичных социально-психологических характеристик личности и полоролевых моделей поведения. Агенты гендерной социализации, формируя типичную личность мужского и женского пола, у девочек целенаправленно развивают такие личностные качества, как дружелюбие, уступчивость, зависимость, конформность, готовность к сопереживанию и сочувствию, а у мальчиков — независимость, активность, напористость, деловитость, эмоциональную сдержанность. Объединяет все эти особенности личности то, что они проявляются в межличностном взаимодействии, следовательно, их можно отнести к разряду социально-психологических характеристик личности.

Насколько типичны эти качества? Всем ли членам гендерных групп они присущи? На этот вопрос мы не можем дать утвердительный ответ. Не все черты, присущие психологии группы, принадлежат каждому члену группы. В отдельных случаях какой-либо конкретный представитель группы может вообще в минимальной степени обладать этими общими характеристиками. Так, например, каждый может вспомнить мужчин с фемининным психологическим складом личности и женщин — с маскулинным. Это объясняется тем, что члены группы различаются между собой по своим индивидуально-психологическим характеристикам, по степени вовлеченности в наиболее существенные для группы сферы ее жизнедеятельности.

Кроме того, в формировании психологии группы доминирующую роль играет коллективный опыт, зафиксированный в знаковых системах, а этот опыт не усваивается в полной и одинаковой мере каждой личностью. Мера его усвоения соединяется с индивидуальными психологическими особенностями, поэтому и получается то явление, о котором гово-

рил Л. С. Выготский: только «часть» психологии личности «входит» в психологию группы. Таким образом, «психический склад» группы и «психический склад» личностей, в нее входящих, не совпадают полностью.

Этот постулат психологии больших групп позволяет по-новому взглянуть на проблему мужественности и женственности и рассматривать эти характеристики не как типичные для мужчин и женщин, а как нормативные, социально-поощряемые полоспецифичные свойства личности. Это означает, что любая женщина не обязательно будет иметь фемининный тип личности, а мужчина — маскулинный. Поэтому нельзя рассматривать как аномальный вариант женщин с выраженными маскулиными чертами и мужчин с фемининными личностными особенностями. Внутригрупповые различия могут быть весьма значительны, т.е. члены однородных гендерных групп в психологическом смысле могут и не быть похожими друг на друга, тем не менее между ними отмечается больше сходства по социально-психологическим характеристикам, которые в большей степени, чем общепсихологические, обусловлены социокультурными факторами.

Таким образом, обобщая, можно прийти к заключению, что мужчины и женщины в психологическом смысле больше похожи, чем различны. Гендерные различия не столь велики, как принято считать, мужчины и женщины — это не два абсолютно противоположных пола в психологической системе понятий. Гендерные различия не обнаруживаются в таких психологических сферах личности, как память, интеллект, творческие и аналитические способности, организаторские и управленческие способности. Небольшие различия между полами выявлены в отдельных вербальных и пространственных способностях. А исследования гендерных различий в эмоциях, эмпатии, агрессии, альтруизме и способности влиять на других показали, что различия не устойчивы, так как во многом они зависят от гендерных норм, предписаний и социальных ожиданий. <...>

А. И. Донцов, Е. М. Дубовская, Ю. М. Жуков

ГРУППА — КОЛЛЕКТИВ — КОМАНДА. МОДЕЛИ ГРУППОВОГО РАЗВИТИЯ¹

<...>

Проблема развития группы — одна из наиболее важных и в то же время наиболее сложных и запутанных в социальной психологии. Дей-

Донцов А. И., Дубовская Е. М., Жуков Ю. М. Группа — коллектив — команда. Модели группового развития // Социальная психология в современном мире. М.: Аспект Пресс, 2002. С. 96–114.

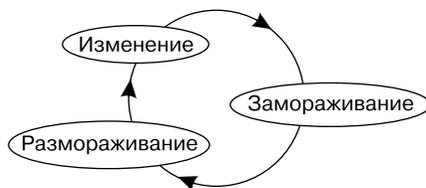


Рис. 1. Три стадии развития группы по К. Левину

ствительно, именно здесь наиболее плотно переплелись интересы чисто научного исследования и интересы идеологические. Описание нередко сплавлено с оценкой, а дескриптивный подход интерферирует с конструктивистским и, в конечном итоге, растворяется в последнем.

Принято считать, что здесь, как и почти во всех областях социальной психологии, все началось с исследований К. Левина. И действительно, для этого есть серьезные основания. Во-первых, Левин с самого начала своей научной деятельности весьма серьезно относился к проблеме развития. Еще в первый, германский, период своей научной деятельности он создал, может быть, самую сложную и проработанную для своего времени концепцию психологического развития, которая была настолько дифференцированной и разветвленной, имела массу критериев оценки развития, что это не давало возможности использовать ее в конкретных исследованиях. Тем удивительнее простота предложенной модели, в которой Левин выделил три стадии развития группы, обозначив их такими понятиями, как *размораживание*, *изменение* и *замораживание*. Эта первая модель развития (рис. 1) явилась не следствием обобщения данных, полученных в результате наблюдений за жизнью многочисленных групп, а возникла как интерпретация сравнительно немногочисленных «исследований в действии» (*action research*). В этой модели скрыто указание на то, что нечего пытаться изменить что-либо в жизни группы без специальной подготовки по выведению группы из привычного для нее состояния. Кроме того, присутствует предписание для осуществления специальных действий с целью сохранения полученных изменений. Еще одной, более формальной характеристикой данной модели является то, что она принадлежит к так называемым циклическим моделям, в которых в отличие от финитных не фиксировано конечное состояние системы в виде высшей и последней стадий ее развития.

В других подходах к анализу группового развития доминируют описательные и линейные модели, примером которых может служить модель развития тренинговой группы, предложенная В. Беннисом и Г. Шеппардом. Обобщая собственные наблюдения за ходом развития внутригруппового взаимодействия групп тренинга и сопоставив их с наблюдениями, сделанными другими тренерами, они предложили до-

вольно сложную модель, описывающую изменения, которые претерпевает группа в процессе своего движения от самых первых встреч до завершения тренинга. Весь процесс описывается как состоящий из двух фаз. На первой из них решается проблема власти и зависимости, на второй — проблема симпатий и антипатий. Каждая из этих больших фаз подразделяется на три субфазы, на которых разрешение основных проблем имеет свои специфические характеристики.

Столь же дескриптивной и фиксирующей конечное состояние развития группы выглядит и более поздняя, базирующаяся на анализе развития групп разного вида (терапевтических, тренинговых, профессиональных), двумерная модель Б. Такмена. Согласно Такмену, развитие группы происходит в двух сферах — межличностной сфере и сфере деловой активности. Развитие по каждому из этих направлений имеет свои закономерности, описываемые как смена разных фаз в фиксированной последовательности. Движение по каждому из этих направлений имеет свой закономерный финал — фазу «функционально-ролевой соотносности» в сфере межличностного взаимодействия и фазу «принятия решения» в сфере деловой активности. В случае временных групп этот финал является окончательным, но, по-видимому, не исключается возможность нового старта, хотя с иных исходных позиций.

Попытка трансформации модели Такмена была осуществлена сразу несколькими исследователями. Наиболее известная из них принадлежит М. И. Келли, который описывает развитие группы с помощью пяти стадий: 1) стадии первоначальной ориентации; 2) стадии конфликта, конфузии и сопротивления; 3) стадии консолидации вокруг задачи; 4) стадии командной работы и решения задачи; 5) стадии перехода к решению другой задачи. Автор считает, что на пятой стадии развития группы обычно происходит регресс к более ранней стадии: члены группы могут постоянно приходить и уходить, может появиться новая задача или цель и, наконец, группа может просто распасться. При той же концептуальной схеме ограничиваются иногда описанием четырех стадий развития группы: 1) «старт»: оптимизм, определение миссии, границ, ролей; 2) «вход в круговорот»: стресс в отношении ролей, внутренний конфликт; 3) «выход на курс»: принятие различий, сильная преданность группе; 4) «полный ход вперед»: совершенствование системы, большие перспективы, помощь другим командам.

Не менее популярными являются и одномерные подходы к развитию группы. В них развитие группы рассматривается в логике качественных изменений в *одной* какой-то сфере групповых отношений (при этом не отрицается наличие другой). Наиболее многочисленными среди одномерных моделей развития малой группы являются модели, отражающие инструментальную динамику развития. Так, например, согласно Р. Хоффману и Р. Стейну, развертывание группового решения проблем

можно представить в виде пошаговой схемы, состоящей из пяти стадий: 1) определение проблемы и постановка целей; 2) спецификация барьеров, которые предстоит преодолеть; 3) генерирование альтернативных решений; 4) оценка решений; 5) адаптация принятого решения. <...>

Весьма интересной представляется модель группового развития, разработанная известным американским семейным терапевтом В. Сатир. Предложенная первоначально для анализа процессов развития семьи, эта модель в дальнейшем стала с успехом применяться при диагностике стадий организационного развития и даже для интерпретации хода изменений, происходящих в таких крупных сообществах, как государства. Согласно Сатир, процесс закономерно проходит следующие пять фаз (рис. 2):

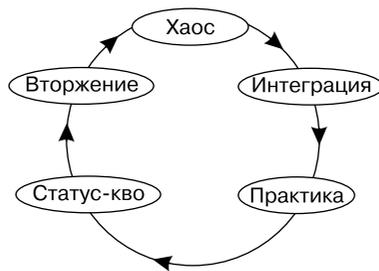


Рис. 2. Циклическая модель В. Сатир

1. **Статус-кво** — состояние дел характеризуется постоянством и устойчивостью; преобладающими чувствами членов организации являются «уверенность в завтрашнем дне» и скука.
2. **Вторжение инородных агентов**, когда в группе начинает ощущаться необходимость изменений; в то же время отчетливо проявляется стремление вести себя так, как будто ничего не происходит; преобладающие чувства — настороженность и беспокойство.
3. **Хаос** — система воспринимается как находящаяся в состоянии полного развала. В начале этой фазы преобладают сожаления по «добрым старым временам», но постепенно эти чувства сменяются ощущением растерянности и вместе с тем готовностью принять неизбежное.
4. **Интеграция нового**, когда происходит становление новых структур, складываются новые формы взаимодействия, приобретаются необходимые в изменившихся условиях знания и умения. Происходит движение к более функциональным отношениям внутри организации, устанавливаются более эффективные связи с внешним миром, появляется надежда.
5. **Практика** — новое проходит обкатку и начинает приносить плоды; состояние дел приобретает устойчивость и постепенно про-

является комплекс черт, характерных для первой фазы, поначалу царит всеобщий энтузиазм, а затем появляется скука. И группа готова к повторению цикла.

В чем-то сходную и в то же время имеющую явные отличия концепцию группового развития можно увидеть на примере модели культурантрополога М. С. Пека, выделяющего четыре стадии (рис. 3).

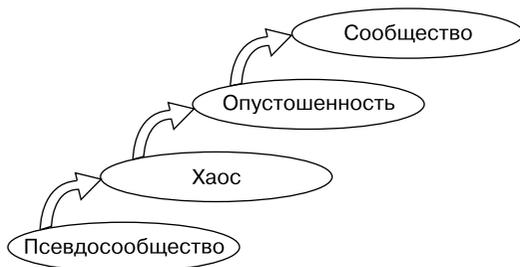


Рис. 3. Ступенчатая модель М. Пека

1. **Псевдосообщество.** На этой стадии группа делает вид, что она уже является сообществом. Члены группы как бы исходят из предположения, что между ними нет различий. Сложившийся порядок принятия решений и природа взаимоотношений не ставятся под сомнение.
2. **Хаос.** Потеря чувства контроля над ситуацией и ощущения порядка при обнаружении глубинных различий между индивидами. Группа пытается сгладить различия между индивидами, делаются попытки изменить друг друга. Постоянно следуют уверения в том, что в прошлом все было сделано со знанием дела.
3. **Опустошенность.** Потерпев неудачу в попытках организовать построение сообщества, группа вступает в истинный хаос; неопределенность и двусмысленность сменяют чувство контроля за ситуацией. Группа, деморализованная личностными отказами, барьерами и временными ограничениями, начинает заниматься самоанализом. Именно здесь члены группы начинают по-настоящему прислушиваться друг к другу и вырабатывать процедуры совместного принятия решений.
4. **Сообщество.** Освободившись от прежних ментальных моделей, группа становится способной к аутентичной коммуникации. Индивидуальные различия приветствуются. Становится очевидным, что объединение обусловлено несходствами. В этом освобожденном пространстве возникает креативность. Группа как целое творчески принимает решения и обучается как целое и творит как единое. <...>

Выбор типа модели — циклической или линейной (ступенчатой) — вовсе не является исключительно делом авторского произвола, скорее его можно считать отражением контекста создания модели — материалом, теми или иными особенностями групп, ход развития которых описывается моделями. Так, идея цикличности доминирует в моделях, созданных в результате работы с перманентными и в то же время быстро меняющимися группами, такими как семья или потребительское сообщество. Линейные модели в момент своего создания предназначались для временных и даже кратковременных групп — терапевтических, группы тренинга, временных рабочих групп. Особый случай — модель Пека, где референтом модели является территориальное сообщество и модель описывает разовый процесс перехода сообщества из одного весьма устойчивого состояния в другое, не менее устойчивое. Такие переходы могут происходить лишь один раз (да и то не всегда) на протяжении жизни поколения и не нуждаются в идее цикличности при их моделировании.

Еще один вывод, который напрашивается из сопоставления вышеописанных моделей: у них имеются различия в степени *описательности и предписательности*. Большинство моделей выглядят как описательные (очевидным исключением является лишь модель К. Левина), что не означает отрицания методологии конструкционизма. В рассмотренных моделях развития вовсе не предполагается, что стоит только задать необходимые условия (например, гетерогенность группы и соблюдение некоторых правил), как процессы пойдут так, как будто включаются определенные механизмы или закономерности, которые сродни естественно-историческим законам (физическим, химическим или биологическим). Нет, группа не лишается возможности создавать или конструировать свою групповую реальность, просто демиургом при этом признается сама группа, а не некая внешняя сила. Внешние же источники рассматриваются либо лишь в качестве запускающих или провоцирующих событий (как в модели Сатир), либо они не рассматриваются вовсе и, следовательно, не включаются в состав модели. <...>

Особое место среди теорий группового развития занимают теории формирования коллектива и теории командообразования. Категория «коллектив» стала знаковой для советской социальной психологии, отражая и содержательные, и политические тенденции той исторической эпохи, в то время как термин «команда» несет в себе отпечаток особенностей современного общества и соответствующего подхода к психологическим особенностям группового субъекта.

Именно на представлениях о группах высокого уровня развития, т.е. на представлениях о наиболее «желательном конечном результате развития», отразились особенности конкретной социальной ситуации. Переход отечественной психологии на марксистскую философскую базу потребовал от гуманитарных наук соответствия ценностям представ-

лениям официальной идеологии. И с самого начала понятие «коллектив» приобрело оценочный аспект. Позитивная тональность звучания этого слова была задана текстами Н. К. Крупской и А. С. Макаренко. Пожалуй, в 20–30-е гг. только в работах В. М. Бехтерева термин «коллектив» использовался во многом как синоним понятия «группа».

Начало интенсивной разработки проблематики коллектива и коллективообразования относится к началу 60-х гг., а пик активности приходится на конец 70 — начало 80-х гг. При заметных отличиях в нюансировках можно выделить общую составляющую всех названных разработок: коллектив — это не просто социальная группа, это высокоразвитая группа, отличительными признаками которой являются совместная деятельность и общая направленность на социально значимые цели. Иногда к этому добавлялась такая характеристика, как создание условий для всестороннего развития личности, высокая сплоченность и особые гармоничные отношения между членами коллектива.

Определяющими характеристиками признавались две первые, остальные, по умолчанию, считались производными от основных. Высокая сплоченность и теплые отношения могли встречаться и в других типах групп, таких как семья или религиозная община. Поэтому подчеркивалось именно главенство таких характеристик, как вынесенность целей вовне и их общественная значимость. Иными словами, категория коллектива появляется в советской психологии для решения нескольких проблем одновременно: содержательных и идеологических.

Наиболее известной и проработанной концепцией коллектива являлась стратометрическая концепция групповой активности, разработанная А. В. Петровским и его школой. <...> Мы выделим в качестве первой инновации теории коллектива тезис о деятельностном опосредовании межличностных отношений, а в качестве второй — выдвижение идеи о ценностной природе групповой сплоченности, что связано с разработкой понятия ценностно-ориентационного единства.

Первый тезис противоречил принятой большинством авторов, занимающихся проблемой развития группы, идее о принципиальной самостоятельности эмоциональной и инструментальной сфер групповой жизни, хотя жесткое их разведение не было установлено и в большинстве общепринятых моделей. Положение о группообразующей функции совместной деятельности позволяет наметить направление дальнейшего продвижения в области изучения психологического содержания процесса группового развития. Именно в этом направлении разворачивались исследования специфических особенностей коллективного (в отличие от группового) субъекта деятельности и выделение особенностей собственно совместной деятельности. Уместно заметить, что именно линия анализа роли совместной деятельности в развитии группы представляется на современном этапе наиболее перспективной при изуче-

нии этого процесса. Сама по себе категория «совместность» остается пока мало разработанной, не разведены такие понятия, как совместность *объективная* (когда цель не может быть достигнута индивидуальным субъектом «по определению») и совместность *субъективная*, т.е. связанная с восприятием каждым членом группы своей активности как элемента более сложной системы — совместной деятельности группы. Не выяснен и вопрос о соотношении внешних социальных целей, заданных группе извне, и собственно групповых целей, которые могут формироваться только в процессе группового функционирования.

Второй тезис о фундаментальности такой характеристики коллектива, какой является *ценностно-ориентационное единство*, будучи одним из основных, остается наиболее спорным в стратометрической концепции. Именно он «операционализировал» основное идеологическое содержание такого феномена, как коллектив, поскольку речь всегда шла об определенных ценностях, а единство должно было быть полным. Понятие ценностно-ориентационного единства было выдвинуто для уточнения такой характеристики группы, как групповая сплоченность. Представление о наличии в коллективе ценностно-ориентационного единства служило не только в качестве содержательного наполнения достаточно формального понятия сплоченности, но и давало возможность с высокой степенью определенности операционализировать это понятие, а следовательно, и проводить конкретные эмпирические и экспериментальные исследования для проверки разнообразных гипотез. <...>

Другим примером идеологизации групп высокого уровня развития представляется нам психология командообразования, получившая развитие в нашем обществе в период его радикальной трансформации.

Само слово «команда» может нести различную смысловую нагрузку. <...> В качестве дескриптивного понятия слово «команда» используется для описания особого вида целевых организованных групп. Обычно в качестве наиболее значимой характеристики команды отмечается *общее видение*. Выработка общего видения позволяет снять явные и потенциальные противоречия между членами команды за счет объективации позиций каждого из них в отношении вопросов, связанных с функционированием команды. Кроме этого, указываются такие качества команды, как *взаимодополнение членами команды друг друга* по функциям и распределение ролей. Сказанное относится в первую очередь к *способам позиционирования* команды в целом и отдельных ее членов в частности. Более того, в ходе позиционирования ответственность в команде распределяется так, чтобы каждый ее член в любой момент мог заменить любого из своих коллег. Следовательно, в команде в процессе позиционирования ее членов происходит гибкое распределение и перераспределение ответственности. Возможно, с этим обстоятельством связана еще одна важная характеристика команды — способность *быстро реагиро-*

вать на изменения. Таким образом, командное поведение отличается от всех других форм группового поведения большей гибкостью, адаптивностью и стремлением к инновациям.

По-видимому, существуют и другие характеристики команды, которые требуют специального, более подробного рассмотрения и анализа. Тем не менее представляется возможным дать определение понятию «команда»: *команда* — это группа людей, взаимодополняющих и взаимодействующих друг друга в ходе достижения поставленных целей. Она выступает в качестве особой формы организации людей, основанной на продуманном позиционировании участников, имеющих общее видение ситуации и стратегических целей и владеющих отработанными процедурами взаимодействия.

Применительно к команде в современной социальной психологии также специально разрабатывается идея ее развития. Среди концепций, предназначенных для *оценки уровня развития команды*, любопытной выглядит модель Дж. Фолсома. Она основана на комбинации двух зон: *мотивации* и *поведения*. Для описания определенного уровня развития команды используются метафоры типа «Одинокий Рэйнджер», «Отличная Настройка» и т.д. Задача каждого участника команды — отметить, какой метафоре соответствует его команда. <...>

Нередко для анализа уровня командного взаимодействия привлекается известная схема Р. Блейка и Дж. Моутона (рис. 4). Пользуясь этой моделью, любую команду можно оценить (в диапазоне от 1 до 9) в соответствии с выраженностью двух измерений: первое относится к *продукции*, а второе — к *людям*. В связи с этим различают пять типов команд:

1. *Командный менеджмент* (9, 9) — обязательства членов команды, взаимозависимость за счет общего участия в организационных целях.
2. *Сбалансированный менеджмент* (5, 5) — сбалансированное выполнение работы и моральное удовлетворение членов команды.
3. *Менеджмент заданий* (9, 1) — эффективность обеспечивается за счет сведения до минимума участия всех людей в работе.
4. *Загородный клуб* (1, 9) — внимание к потребности людей в общении приводит к образованию комфортной, дружеской атмосферы.
5. *Минимальный менеджмент* (1, 1) — минимальные усилия для выполнения требуемой работы, но приемлемые для сохранения организации. Наиболее эффективная команда характеризуется комбинацией высокого отношения продукции и высокого отношения к людям.

Командная работа может быть описана в соответствии с известной схемой «экспериментального обучения» (обучения, основанного на опыте), связанной с идеями К. Левина и Дж. Дьюи. Группа планирует свои

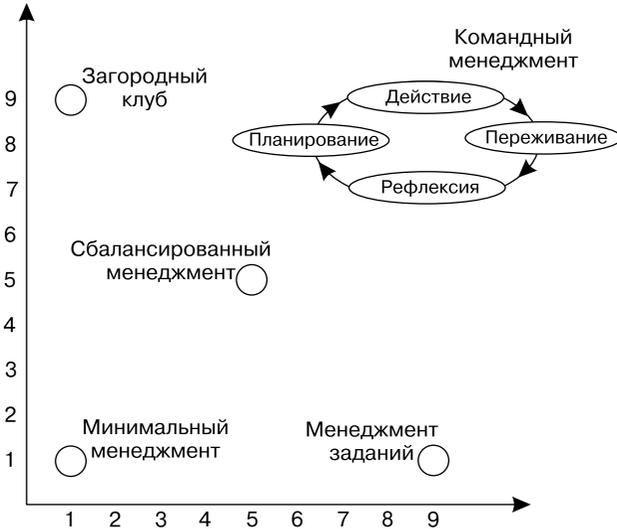


Рис. 4. Командная работа в пространстве решетки Блейка и Моутона

действия, осуществляет их, отслеживает результаты и следствия, проводит рефлексивный анализ, а затем планирует дальнейшие шаги. Эффективность команды в этом случае во многом зависит от умения индивидов «вписать» свои действия в стратегию группы. Согласованность действий возможна только на основе достаточно четкой и устойчивой картины представлений индивидов о команде в целом и о каждом ее участнике в частности. Существует зависимость эффективности групповой деятельности от степени соглашения (обязательства) членов команды относительно групповых задач. Таким образом, очевидно, что именно выработка *общего видения* ситуации в команде, командной задачи, а также членов команды выступает фактором эффективности и продуктивности команды.

На этом основании может быть описан *комплексный подход к командообразованию*, направленный на *формирование общего видения и оптимального позиционирования в команде*. **Концепция общего видения** основана на идее о том, что коммуникация представлений участников о команде в целом и о ее конкретных членах в частности позволяет определить точки соприкосновения и достигнуть согласия в важных вопросах командного функционирования. Кроме этого, эффективно используются дополнительные ресурсы (в том числе информационные и аналитические возможности участников), необходимые при принятии решения и разрешении проблем.

Другим ключевым положением разработанного подхода является выработка в процессе реализации командообразования наиболее эффективного способа **позиционирования** команды в целом и отдельных ее членов в частности. Под позиционированием понимается некоторая *система распределения ответственности в команде*, функционирующая в каждый конкретный период в зависимости от изменения рабочей ситуации. Реализация позиционирования осуществляется на четырех уровнях. Прежде всего определяются и распределяются основные функциональные позиции членов команды, обеспечивающие непосредственное решение задачи и зависящие от уровня профессиональных знаний, навыков и опыта. В результате распределения командных ролей, от которых зависит способность людей работать в команде и которые играют роль катализатора командной работы, достигаются взаимодополняемость и совместимость членов команды. Основным моментом позиционирования являются решение вопросов распределения обязанностей и полномочий и принятие ответственности как со стороны всей команды, так и со стороны отдельных ее участников. И наконец, порядок согласования и действий, передачи и снятия ответственности в команде с учетом различных рабочих ситуаций повышает гибкость и эффективность всей системы в целом.

Резюмируя суть данного подхода, отметим, что согласованность общего видения определяет *стратегическую сторону* командной работы, позволяет организовать общее информационное поле, задать правила игры, выработать единые для всех командные цели, согласованные с индивидуальными целями каждого члена команды, нивелировать противоречия между участниками (в том числе в системах ценностей). А эффективный способ позиционирования определяет *тактическую сторону командной работы*, когда устанавливается оптимальное соотношение кадровых ресурсов и требований задач, организуется четкое и точное их выполнение, обеспечивается успех всей командной работы.

Однако есть и *другое представление* о сущности командообразования, при котором рождение команды является итогом целенаправленных усилий всех заинтересованных лиц и прежде всего лидеров организации. Модели группового развития в этом случае используются не как система соотнесения происходящего с возможным, а как инструмент для ориентации действий. Естественно, что модели этого вида должны быть не столько описательными или дескриптивными, сколько предписательными или прескриптивными. <...> В данной модели были выделены следующие стадии командообразования:

1. *Знакомство, ориентировка участников.* На этой стадии устанавливается первичный контакт, необходимый уровень доверия среди участников. Происходит знакомство и ориентировка членов команды друг в друге и в ситуации.

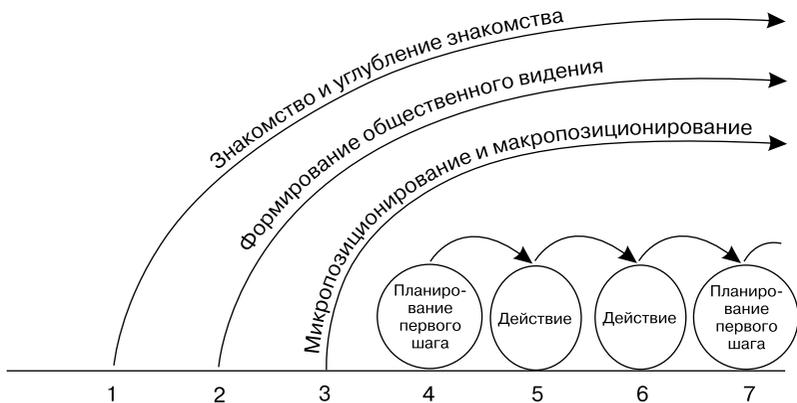


Рис. 5. Схема этапов проведения командообразования

2. *Общее видение* (формирование образа желаемого будущего). Основная цель данного этапа — согласование взглядов, позиций, образа желаемого будущего и т.д. среди участников командообразования, т.е. выработка общего видения. Группа определяет направления движения, цели, задачи и специфику деятельности своей команды (организации).
3. *Позиционирование*. На этой стадии происходит макро- и микропозиционирование участников. В результате макропозиционирования участники определяют основные позиции в деятельности своей команды и соответствие ее членов этим позициям. Учитываются все необходимые составляющие: склонности, способности, уровень профессиональных знаний, навыки и опыт, тип личности и т.д. В процессе микропозиционирования обозначаются и распределяются командные роли, обеспечивающие взаимодополнение и совместимость членов команды.
4. *Планирование первого шага*. На этой стадии происходит формирование целереализующей системы, составляется конкретный план-график, распределяются ресурсы, закрепляется ответственность и намечаются сроки исполнения.
5. *Исполнение*. Здесь осуществляется собственно выполнение намеченного и спланированного.
6. *Анализ результатов* (работа с результатами). Команда постоянно отслеживает, насколько эффективно она продвигается вперед. Участники оценивают выполнение конкретных заданий, анализируют, что мешает и что способствует эффективной работе команды.

7. *Планирование второго шага.* Команда планирует второй шаг с учетом анализа нового положения дел. Первые три стадии могут иметь четко фиксированное начало и не иметь конца, точнее, их завершение совпадает по времени с моментом выполнения командой своей миссии или со временем принудительной ликвидации команды; следующие стадии имеют свои достаточно четко различаемые начала и концы.

Описанная схема, без всякого сомнения, принадлежит к разряду прескриптивных моделей и функционирует в качестве средства ориентировки действий, направленных на придание работе группы черт командности. Еще одна отличительная характеристика вышеописанной модели относится к ее содержанию. Стадии или фазы описываются не в связи с тем, какими свойствами обладает группа *на данной стадии* или в каком состоянии она находится, а в связи с тем, какой процесс является на этой стадии ведущим. Поэтому данная модель может быть причислена к фазово-процессуальным моделям. <...>

Таким образом, можно сказать, что психология малой группы, вопросы ее развития и в первую очередь специфика результатов этого процесса (групп высокого уровня развития) в значительной степени отражают особенности социальной ситуации. Группам высокого уровня развития приписываются определенные ценимые в данный период в обществе характеристики. Именно поэтому и коллектив, и команда являются понятиями оценочными, и акцент в исследовании того или другого типа групп и их развития обусловлен социальным заказом. <...>

Р. Л. Кричевский, Е. М. Дубовская

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МАЛОЙ ГРУППЫ¹

<...>

1. История зарубежных исследований малой группы

Ранние этапы. В 1898 г. американский психолог Н. Триплет опубликовал результаты экспериментального исследования, в котором сравнивал эффективность индивидуального действия, выполняемого в одиночку и в условиях группы. По мнению Г. Олпорта, это была первая экспериментальная проблема социальной психологии, и он сформу-

Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М. Теоретико-методологические и исторические аспекты исследования малой группы // Р. Л. Кричевский, Е. М. Дубовская. Социальная психология малой группы. М., 2002. С. 18–51.

лировал ее так: «Какие изменения происходят во всяком отдельном действии индивида, когда присутствуют другие люди?»

Явившись первой экспериментальной ласточкой, работа Н. Триплета еще не делала погоды в общей социально-психологической атмосфере тех лет. <...> Потребовалось несколько десятилетий, прежде чем экспериментальное, мы бы сказали шире — эмпирическое (т.е. основанное на опытных фактах, а не спекуляции, пусть даже и оригинальной), направление получило дальнейшее развитие в зарубежной социальной психологии. Случилось это уже в 20-е гг.

Именно в **20-е гг. XX в.** два крупных ученых того времени — В. Мёде в Германии и Ф. Олпорт (старший из братьев Олпорт) в США — во многом продолжили линию исследований Н. Триплета. Кроме того, Ф. Олпорт сформулировал весьма своеобразное понимание группы.

Как ни парадоксально, он не считал, что имеет дело с реально существующими, хотя бы и в лабораторных условиях, группами. Согласно Ф. Олпорту, реально существовали лишь отдельные индивиды. Что же касается групп, то они трактовались им как «совокупность идеалов, представлений и привычек, повторяющихся в каждом индивидуальном сознании и существующих только в этих сознаниях». Подчеркивалось также, что «групповое сознание» не отражает ничего, кроме сходства между сознаниями индивидов. Последние не могли быть частями группы, поскольку последняя, как утверждалось, существует лишь в сознании людей.

Свой отказ рассматривать группу как определенную реальность Ф. Олпорт мотивировал отсутствием адекватных методов исследования, что на уровне психологического объяснения вполне согласовывалось с постулатами могущественного тогда бихевиоризма, а в общеметодологическом плане имело своей основой позитивизм.

Следующий крупный этап развития психологии малых групп за рубежом (в наибольшей степени, конечно, в США) относится к **периоду 30-х — началу 40-х гг.** и знаменуется рядом оригинальных экспериментальных исследований, осуществленных в лабораторных и полевых условиях, а также первыми серьезными попытками разработки теории группового поведения. В это время М. Шериф проводит изобретательные лабораторные эксперименты, выявляя механизмы развития групповых норм, а Т. Ньюком исследует аналогичную проблему, но иными средствами, в полевых условиях. Изучаются малые группы на промышленных предприятиях США и Западной Европы, оформляется социометрическое направление исследования групп. В течение нескольких лет антрополог В. Уайт посредством метода включенного наблюдения реализует программу изучения «живых» групп в трущобах большого города, очерчивая контуры интеракционистского подхода к разработке проблематики групповых процессов. <...>

Одновременно предпринимаются попытки отойти от упрощенного понимания феноменов лидерства и руководства, дать более сложное, многоплановое их описание в терминах социального влияния, внутригруппового взаимодействия, достижения групповых целей. В тот же период, основываясь на результатах исследования управленческой деятельности в промышленной организации, Ч. Барнард выдвигает идею двухмерного рассмотрения группового процесса, получившую реализацию в ряде подходов к анализу группы в целом, а также структурного ее аспекта.

Особый вклад в развитие психологии малых групп внес К. Левин, эмигрировавший **в начале 30-х гг.** в США из нацистской Германии. Он явился основоположником крупного научного направления, широко известного под названием *«групповая динамика»*, и создателем одноименного исследовательского Центра, из стен которого вышло немало выдающихся социальных психологов минувшего столетия.

К. Левин возглавил экспериментальную разработку многих сторон групповой проблематики. В частности, под его руководством были проведены знаменитые опыты Р. Липпитта и Р. Уайта по изучению групповой атмосферы и стилей руководства, выполнено оригинальное исследование изменения индивидуальных установок в процессе внутригрупповой дискуссии. Одним из первых он подверг рассмотрению психологический феномен социальной власти (влияния), внутригрупповые конфликты, динамику групповой жизни, экологические проблемы группового функционирования. При этом он подчеркивал необходимость работы с естественными группами в реальных ситуациях их жизни, полагая, что таким образом открывается возможность действительной проверки валидности теоретических положений и нахождения путей решения различных практических проблем.

Не утратили актуальности и некоторые теоретические представления К. Левина о группе как *динамическом целом, обладающем свойствами, отличными от свойств составляющих его частей или суммы последних*. В соответствии с системными воззрениями на групповой процесс он полагал, что одним из отличительных признаков группы является *принцип взаимозависимости ее членов*. Что же касается конкретного исследования группы, то, по мнению К. Левина, в нем необходимо получать факты, относящиеся не к поведению отдельных индивидов, а характеризующие *целостные феномены групповой жизни*. Заслуживает внимания и мысль ученого о том, что социальные науки, в частности социология или психология, не должны игнорировать *исторический аспект* своих проблем. <...>

Послевоенные десятилетия. Вторая мировая война явилась переломным моментом в развитии психологии малых групп за рубежом. Именно в этот период с особой остротой встал вопрос о необходимости изучения закономерностей группового поведения, поисках эффективных

приемов управления группами. В послевоенные и последующие за ними годы, совпавшие с эпохой научно-технической (а в совсем недавнее время и электронной) революции, когда значительно возросла роль коллективного труда в различных сферах жизни общества, интерес к малым группам еще более усилился.

Правда, было бы неверно рассматривать послевоенный период как единый этап развития групповой психологии. <...> С известной степенью условности, конечно, выделяются как минимум четыре временных этапа:

- *первый* — двадцатилетие с середины 40-х и до середины 60-х гг.;
- *второй*, насчитывающий примерно полтора десятка лет, — с середины 60-х и приблизительно до второй половины 70-х гг.;
- *третий* — начиная со второй половины 70-х и заканчивая 80-ми;
- *четвертый* — с началом 90-х и по настоящее время.

Применительно к судьбам зарубежной групповой психологии **первое послевоенное двадцатилетие** можно охарактеризовать как период довольно безмятежного развития и больших надежд, возлагавшихся на эту область социальной психологии в ту пору. Именно тогда оформились основные направления исследований малых групп, сложились важнейшие теоретические подходы, а экспериментальные (главным образом лабораторные) парадигмы достигли высокой степени совершенства. Интересно, что работы западноевропейских психологов в этот период практически не оказывали ни малейшего влияния на развитие исследовательского «поля»: в нем безраздельно господствовали их заокеанские коллеги.

Иной характер носили **следующие полтора десятилетия**. С одной стороны, казалось бы, продолжились тенденции предыдущего этапа: дальнейшее расширение круга изучаемых проблем и весьма бурный рост экспериментальных исследований. <...>

С другой стороны, росло критическое переосмысление достигнутого и одновременно заметно снижался оптимизм относительно вклада этих исследований в понимание группового процесса ввиду их малой экологической валидности и ограниченности возможных практических приложений. Отмечалось отсутствие теории, позволявшей адекватно интерпретировать и интегрировать гигантский массив разнородных эмпирических фактов. Кроме того, по мнению специалистов, в этот период исследования чаще фокусировались на поведении отдельных индивидов в группе, нежели на свойствах и результатах группы как целого, а сама группа рассматривалась как один из аспектов жизненного пространства личности, а не целое, обладающее собственной динамикой. <...>

Предпоследний этап, пришедшийся на **середины 70-х — 80-е гг.**, отмечен продолжением обозначившихся ранее тенденций, а именно: в об-

ласти теории — господство эклектики; в подходе к изучению группы — акцент на индивидуальном поведении в ней; больший интерес к диадным отношениям, нежели к выявлению собственно групповых характеристик; в сфере конкретной эмпирической работы — преобладание лабораторного экспериментирования над работой с естественными группами в реальных жизненных ситуациях.

Вместе с тем было бы несправедливо видеть развитие зарубежных исследований малых групп, начиная со второй половины 70-х гг., исключительно в негативном свете. Так, в большой обзорной статье, опубликованной в начале 80-х, Д. Макгрет и Д. Кравитц подчеркивали наметившийся, сравнительно с предшествующими десятилетиями, рост исследований малых групп в полевых условиях. Об этом же свидетельствовали материалы изданного в 1983 г. в Лондоне фундаментального труда «Малые группы и социальное взаимодействие», второй том которого содержит большой раздел из девятнадцати статей, посвященных рассмотрению различных сторон жизни разнообразных естественных групп. Отмеченная тенденция наблюдалась и в зарубежных разработках в области организационной и экологической психологии, касавшихся группового аспекта этих дисциплин.

Наконец, уместно напомнить, что одна из областей зарубежной групповой психологии — исследование групп в так называемых «экзотических условиях», т.е. в условиях, характеризующихся изоляцией, ограниченностью перемещения, стрессом, и типичных для жизнедеятельности человеческих групп на полярных станциях, подводных лодках, космических кораблях и т.п. — практически всегда имела выраженную прикладную направленность, как, впрочем, и групповая психотерапия, и различные формы социально-психологического тренинга, получившие во второй половине минувшего столетия широкое распространение за рубежом. <...>

Что же показало **заключительное десятилетие** минувшего века?

С одной стороны, зарубежная социальная психология показала, что ее собственных научных ресурсов вполне достаточно, чтобы придать исследованиям малых групп новый позитивный импульс и вести их как именно социально-психологические. Одним из доказательств возрождающегося интереса зарубежных социальных психологов к исследованию групп является рост научных публикаций по обсуждаемой проблематике. Правда, он требует некоторого пояснения.

Дело в том, что отмеченный рост имеет свою специфику. Он обусловлен не столько изучением феноменов собственно внутригруппового взаимодействия, сколько интересом к Я-концепции, исследуемой в групповом контексте в связи с процессами *социальной идентичности* и *социальной категоризации*. <...> С другой стороны, как и прогнозировалось рядом специалистов, активная разработка проблематики малых групп

продолжилась за пределами социальной психологии, например в сфере бизнеса. Об этом свидетельствует, в частности, растущий интерес исследователей менеджмента и организационной психологии к такому типу групп, как команды, различным аспектам их формирования, функционирования и управления ими. <...>

2. Основные теоретические подходы

Завершая краткий обзор истории зарубежных исследований малых групп, подведем некоторые итоги и остановимся на теоретических подходах, сложившихся за долгие годы изучения интересующей нас проблематики и лежащих в основе многих экспериментальных и прикладных разработок. К началу 70-х гг. зарубежные авторы выделяли девять крупных подходов, в той или иной мере определявших развитие групповой психологии: теорию поля, интеракционистскую концепцию, теорию систем, социометрическое направление, психоаналитическую ориентацию, общепсихологический подход, эмпирико-статистическое направление, формально-модельный подход, теорию подкрепления. Сегодня к ним можно добавить еще и сформировавшееся в последние десятилетия социально-когнитивное направление. Охарактеризуем кратко каждый из вышеназванных подходов.

Теория поля. Это теоретическое направление берет начало в работах К. Левина. Основной его пафос заключается в известном тезисе К. Левина о том, что поведение личности есть продукт поля взаимозависимых детерминантов (по терминологии К. Левина называемого жизненным или социальным пространством личности). Структурные свойства этого поля представлены понятиями, заимствованными из топологии и теории множеств, а динамические свойства — понятиями психологических и социальных сил. Какой-либо целостной теории группы в рамках данного подхода создано не было, однако он лег в основу ряда мини-теорий, относящихся к различным феноменам групповой динамики: сплоченности, социальной власти, соперничеству — сотрудничеству, образованию группы, внутригрупповому давлению, групповым притязаниям.

Интеракционистская концепция. Согласно этому подходу, группа есть система взаимодействующих индивидов, функционирование которых в группе описывается тремя основными понятиями: индивидуальной активностью, взаимодействием и отношением. Интеракционистская концепция предполагает, что все аспекты группового поведения могут быть описаны, исходя из анализа взаимосвязей между тремя названными элементами. Выполненные в рамках данного направления работы в основном посвящены изучению структурных аспектов группы.

Теория систем. По своим идеям обсуждаемый подход очень близок к предыдущему, поскольку в нем развивается представление о группе как

системе. В обоих теоретических направлениях содержится попытка понять сложные процессы, исходя из анализа их основных элементов. Главное различие между интеракционистской теорией и теорией систем заключено в используемых элементах анализа. Концептуальный аппарат теории систем позволяет описать группу как систему взаимозависимых позиций и ролей, делая акцент на групповых «входах» и «выходах» и рассматривая группу как открытую систему.

Социометрическое направление. Это направление, хорошо знакомое отечественному читателю, стимулировало множество эмпирических исследований внутригрупповых отношений, однако, по мнению зарубежных специалистов, влияние социометрических работ на развитие теории малых групп минимально.

Психоаналитическая ориентация. Она базируется на идеях З. Фрейда и его последователей, фокусируя внимание преимущественно на мотивационных и защитных механизмах личности. З. Фрейд первым включил идеи психоанализа в групповой контекст в своей классической работе «Психология масс и анализ человеческого “Я”». Начиная с 50-х гг. в связи с возросшим интересом к групповой психотерапии некоторые положения психоаналитического подхода получили теоретическое и экспериментальное развитие в рамках групповой психологии и легли в основу ряда теорий групповой динамики.

Общепсихологический подход. Суть его состоит в предположении, что многие представления о человеческом поведении, накопленные в общей психологии, применимы к анализу группового поведения. Это касается главным образом таких индивидуальных процессов, как научение, явления когнитивной сферы, мотивация. Весьма демонстративным примером обсуждаемого подхода являются популярные в недавнем прошлом за рубежом теории когнитивного соответствия. С позиций этих теорий предпринята попытка целостного рассмотрения малой группы.

Эмпирико-статистическое направление. Согласно данному подходу, основные понятия групповой теории должны выводиться из результатов статистических процедур, например факторного анализа, а не формулироваться априорно. Подобное понимание обусловило широкое применение процедур, разработанных в области тестирования личности.

Формально-модельный подход. Исследователи, представляющие данное направление, пытаются сконструировать формальные модели группового поведения, используя математический аппарат теории графов и теории множеств. Представители этого подхода часто больше интересуются внутренней консистентностью своих моделей, нежели степенью их соответствия естественным ситуациям. Вероятно, поэтому данное направление не смогло пока оказать сколько-нибудь существенного влияния на понимание группового процесса.

Теория подкрепления. Это направление исследований, весьма влиятельное за рубежом, базируется на идеях широко известной в психологии концепции оперантного обусловливания Б. Скиннера. Согласно представлениям теоретиков данного подхода, поведение индивидов в группе есть функция двух переменных: вознаграждений (положительные подкрепления) и расходов или наказаний (отрицательные подкрепления). Идеи теории подкрепления легли в основу по крайней мере двух крупных социально-психологических теорий малых групп, авторы которых (Дж. Хоманс, Д. Тибо и Г. Келли) избрали объектом концептуализации внутридиадные отношения, экстраполируя, однако, результаты анализа на большие по объему группы.

Социально-когнитивное направление. Фактически оно представляет собой дальнейшее развитие общепсихологического подхода, но в силу влияния, оказываемого на разработку групповой проблематики, может рассматриваться как самостоятельное направление. По времени научного оформления это, пожалуй, наиболее молодой подход к исследованию группы. Он возник как результат приложения идей, берущих начало в исследованиях когнитивных, или познавательных, а позднее — социально-когнитивных процессов, к сферам межгруппового и внутригруппового взаимодействия. Мостиком, обеспечивающим такое приложение, является синтез теорий *социальной идентичности* и *социальной категоризации*. С их позиций психологи, работающие в русле традиций западноевропейской научной школы, — Д. Абрамс, С. Тиндейл, М. Хогг и др., пытаются анализировать различные аспекты группового функционирования (например, лидерство, сплоченность, конформность). <...>

3. Основные подходы к разработке групповой проблематики в современной отечественной психологии

<...> Можно выделить пять подходов к изучению феноменов социальной группы, сложившихся за истекшие десятилетия и в немалой степени влияющих на движение научной мысли, рост практических разработок:

- деятельностный подход;
- социометрическое направление;
- параметрическая концепция;
- организационно-управленческий подход;
- тренингово-терапевтическое направление.

Некоторые из названных подходов носят преимущественно исследовательский характер, другие в большей мере ориентированы на решение прикладных проблем.

Деятельностный подход. Он основывается на одном из фундаментальнейших принципов отечественной психологии — принципе деятельности, успешность реализации которого в общепсихологических исследованиях и в ряде частных психологических дисциплин, включая социальную психологию, общеизвестна. <...>

Использование принципа деятельности в исследовании социальной группы весьма плодотворно сказалось на построении ряда теорий группового поведения: например, стратометрической концепции групповой активности А. В. Петровского и программно-ролевого подхода к изучению научного коллектива М. Г. Ярошевского. Кроме того, идеи деятельностного подхода реализованы в изучении отдельных феноменов социальной группы: ее интеграции и эффективности, руководства и лидерства, межгрупповых отношений, социально-перцептивных процессов в группе.

Социометрическое направление. Как и в зарубежной групповой психологии, немалое число отечественных исследований малых групп может быть отнесено к так называемому социометрическому направлению. Основанием для подобного отнесения является использование специалистами в конкретной эмпирической работе в качестве основных методических средств тех или иных вариантов социометрического теста. В отечественной социальной психологии большой вклад в развитие этого направления внес Я. Л. Коломинский, не только много сделавший в плане конструирования различных социометрических процедур, но, что весьма существенно, включивший эмпирический метод в содержательный теоретический контекст.

Параметрическая концепция. Создателем этого исследовательского направления является Л. И. Уманский, в 60–70-е гг. разработавший оригинальную концепцию групповой активности. Основная идея его подхода состоит в предположении, что поэтапное развитие малой группы осуществляется благодаря развитию ее важнейших социально-психологических параметров. Наиболее значительные исследования, выполненные в рамках этой концепции, касаются организационных, эмоциональных и динамических характеристик группы.

Организационно-управленческий подход — в его основу положены разрабатываемые в социологической и социально-психологической науке представления о социальной организации и управленческой деятельности. Относящиеся к рассматриваемому подходу многочисленные исследования групп и коллективов носят выраженный прикладной характер и в большинстве своем ориентированы на решение задач психологического обеспечения в сфере промышленного производства.

Тренингово-терапевтическое направление — сложилось в 70–80-е гг. преимущественно усилиями ученых Москвы и Ленинграда (ныне Санкт-Петербурга) в основном как прикладная область групповой психологии,

ставившая своей целью развитие психологической компетентности личности и осуществление комплекса психотерапевтических воздействий на нее в условиях пребывания в малой группе. Сегодня работы этого направления чрезвычайно популярны в России. <...>

4. Проблемы, требующие дальнейшей разработки

Прослеживая историю становления в нашей стране психологии малых групп и коллективов и отмечая достигнутый в предшествующие десятилетия (в основном в период 70–80-х гг.) определенный прогресс в развитии теории и эмпирических разработок, о чем говорилось выше, мы тем не менее хотели бы завершить свой анализ обращением к некоторым *критическим моментам*, имеющим место в обсуждаемой исследовательской области. <...>

Прежде всего необходимо выдвижение новых продуктивных идей относительно понимания группы, различных ее феноменов, идей, которые бы стимулировали исследовательскую активность в направлении их проверки и развития. В этой связи перспективной представляется линия теоретической работы, направленной на соединение хорошо зарекомендовавшего себя в отечественной социальной психологии деятельностного подхода с современными когнитивными направлениями исследования группы.

Нуждается в дальнейшей разработке проблематика группового развития, в особенности раздел, относящийся к характеристикам высшего уровня жизнедеятельности группы — коллектива. Ранее уже обращалось внимание на трудность операционализации многих называемых исследователями признаков коллектива, отсутствие достаточно надежных средств фиксации различных уровней развития группы, выделение которых все еще носит весьма общий и произвольный характер. <...>

Довольно «узким» местом в изучении группы является рассмотрение ее как совокупного субъекта совместной деятельности с присущими ему специфическими атрибутами. И хотя теоретический анализ этого вопроса ведется уже десятилетия, его результаты, а главное их практическое воплощение, вряд ли могут быть признаны удовлетворительными. Отсюда немалые трудности, испытываемые как психологами-исследователями, так и психологами-практиками всякий раз, когда необходимо дать адекватную оценку сплоченности той или иной естественной группы, выявить доминирующую в ней систему норм и ценностей, достаточно тонко и дифференцированно определить меру коллективности группы как именно совокупного субъекта. Кстати сказать, критическим моментом в прикладном аспекте обсуждаемой проблемы является и конструирование надежных методов прогноза поведения личности в группе, без которых невозможны оптимальный с точки зрения эффективно-

сти функционирования подбор малых групп, обеспечение успешного руководства ими, решение вопросов межличностной совместимости, предотвращения внутригрупповых конфликтов и т.п.

Наконец, к числу слабо разработанных вопросов групповой психологии относится эмпирическое изучение малой группы как элемента более крупной социальной общности (например, социальной организации), испытывающего ее влияния и, в свою очередь, способного оказывать влияние на макросоциум. <...>

5. Методологические принципы исследования группы

Что касается рассмотрения методологических принципов исследования группы, то мы остановимся на трех из них: *принципе деятельности, принципе системности и принципе развития*. Выбор указанных принципов отнюдь не случаен: он обусловлен той серьезной теоретической проработкой, которой подвергся в отечественной литературе вопрос относительно возможностей их реализации применительно к различным аспектам группового функционирования. <...>

Так, в согласии с имеющимися теоретическими представлениями специфика *принципа деятельности* в данном случае характеризуется следующими моментами:

- прежде всего деятельность понимается как *совместная коллективная* (групповая) *деятельность*; при этом выделяются формы организации, уровни и содержание совместной деятельности;
- предполагается обязательное рассмотрение группы, ее феноменов в контексте совместной деятельности индивидов, что означает принятие в качестве *основного объекта исследования* не лабораторных, а *реальных социальных групп*: только в них межличностные отношения раскрываются во всей своей полноте, выступая формой реализации общественных отношений;
- проводится идея понимания группы как *коллективного* или *совокупного субъекта деятельности*, ориентирующая на изучение соответствующих атрибутов последнего — групповых потребностей, мотивов, норм, ценностей, целей и т.д., выявление и описание целостных характеристик группового процесса;
- выдвигается тезис о правомерности интерпретации совместной деятельности не только как *фактора, конституирующего группу*, как *интегратора групповых процессов*, но и как *основания процесса развития группы*.

Общепсихологическая разработка категории деятельности и теоретический анализ социальной группы указывают на необходимость учета многообразия деятельностей, реализуемых социальной группой как

совокупным субъектом. В самом общем виде *групповые деятельности* могут быть рассмотрены в двух важнейших аспектах:

- со стороны решения стоящих перед группой задач, связанных с осуществлением ее целевой функции в рамках определенной социальной структуры и как следствие этого получением некоторого группового продукта;
- со стороны поддержания внутреннего равновесия и устойчивости в группе, сохранения ее как целого, сплочения.

Деятельности, относящиеся главным образом к первому из названных аспектов, по специальной терминологии характеризуются как *инструментальные*, а деятельности, касающиеся преимущественно второго из них, — как *социально-эмоциональные*, или *экспрессивные*. В последнем случае имеются в виду разнообразные формы межличностного общения членов группы в основном в виде самостоятельной активности и отчасти в связи с реализацией инструментальной деятельности. При этом, исходя из разрабатываемого в отечественной психологии принципа единства общения и деятельности, можно говорить о тесной взаимосвязи обоих типов групповой деятельности, их соподчиненности (в зависимости от ведущего типа) и взаимовлиянии.

Важную эвристическую функцию в исследовании феноменов социальной группы выполняет *принцип системности*, или системный подход. Специальный анализ характеристик целостной социальной системы, приложение системных идей к общепсихологической и социально-психологической проблематике, наконец, собственная разработка вопроса позволяют обозначить ряд существенных, с точки зрения системного видения группы, моментов:

- *акцент на поиске в группе собственно группового* — специфически групповых (системных) новообразований типа групповых норм, ценностей, целей, решений и т.п.; изучение их влияния на соответствующие аспекты индивидуального поведения;
- обязательное *соотнесение* тех или иных *индивидуальных характеристик* членов группы с *деятельностным контекстом* группы с целью выяснения релевантности этих характеристик групповым задачам;
- учет наличия в группе особых *интегративных факторов*, обеспечивающих сохранение ее качественного своеобразия, нормальное функционирование и развитие (к числу таких факторов могут быть отнесены, в частности, процессы руководства и лидерства, выполняющие функцию организации и управления группой, а также нормативная регуляция внутригруппового поведения, имеющая целью воспрепятствовать отклонению отдельных индивидов от групповых стандартов);

- необходимость трактовки развертывающихся в группе процессов и отношений как *многоуровневых* и *многомерных* явлений, причем, учитывая соподчиненность групповых деятельностей, правомерно говорить и о соподчиненности производных от них систем отношений в группе, их поуровневой организации;
- рассмотрение группы как функционирующей во времени *открытой системы* с учетом возможного спектра ее экологических детерминантов;
- принятие во внимание наличия двух *основных сфер жизнедеятельности группы* как отвечающих активностям инструментального и экспрессивного типа — деловой (трудовой, инструментальной) сферы и эмоциональной (межличностной) сферы;
- подчеркивание *взаимосвязи и взаимовлияния* групповых феноменов;
- включение *вероятностного фактора* в анализ закономерностей группового процесса, понимание сложной (системной) детерминации явлений групповой жизни.

Что же касается использования в исследовании социальной группы ***принципа развития***, то, исходя из соответствующих теоретических и эмпирических разработок, возможны следующие линии анализа:

- трактовка развития социальной группы как обусловленного *развитием совместной деятельности* ее членов;
- учет *неравномерности развития основных сфер жизнедеятельности группы* в связи со спецификой решаемых ею задач и особенностями организации ее членов;
- поиск и изучение *механизмов группового развития* (в частности, посредством выделения внутрисистемных противоречий);
- рассмотрение «движения» группы в широком *временном диапазоне*, прежде всего в отношении к будущему (перспективные линии развития социальной группы);
- выявление возможных *регрессивных тенденций* на разных этапах жизни группы.

Обсуждаемые методологические принципы определенным образом сопряжены друг с другом в разные периоды жизни социальной группы, приобретая различный удельный вес при объяснении происходящих в ней процессов. <...>

Ирвинг Л. Джэнис

ОГРУППЛЕННОЕ МЫШЛЕНИЕ¹

«Как мы могли допустить такую глупость?» — вопрошал президент Джон Ф. Кеннеди после того, как он и группа его приближенных советников допустили грубый просчет, вторгнувшись в залив Свиней. В течение последних двух лет я изучал этот вопрос, поскольку он касается не только тех, кто принимал решения относительно залива Свиней, но и тех, кто привел Соединенные Штаты к таким крупным провалам, как неподготовленность к атаке на Пёрл-Харбор, тупиковая война в Корее и война во Вьетнаме.

<...> Я предпочел расширить картину, рассмотрев провальные решения с точки зрения групповой динамики в том виде, в каком она исследовалась в течение последних трех десятилетий сначала великим социальным психологом Куртом Левиным, а позднее — в экспериментах, проводимых мною и другими учеными в области поведения. Изучив сотни документов по этой тематике, я пришел к заключению, что группы, совершавшие просчет, стали жертвами того, что я называю «коллективное мышление».

«Огруппление»²

В каждом случае я с удивлением обнаруживал, что типичные тенденции соглашаться с окружающими, которые проявлялись в каждой группе, регулярно прослеживаются в исследованиях групповой динамики среди обычных людей. Например, одна тенденция, по всей вероятности, полностью соответствует результатам социально-психологических экспериментов, показывающих, что, когда кто-либо из членов связанной общими интересами группы переходит в оппозицию и высказывается против группового консенсуса, на членов группы воздействует мощное социальное давление. Другая тенденция напоминает феномен разделенных иллюзий, который наблюдался на групповых встречах для обсуждения общих интересов или же на дружеских встречах, когда члены совместно достигали пика «групповых» чувств.

Многочисленные факты указывают прежде всего на развитие групповых норм, которые укрепляют моральный дух в ущерб рационально-

¹ Джэнис И. Л. Огруппленное мышление // Антология организационной психологии. М., 2005. С. 531–542.

² Термин «Groupu» не имеет аналогичного термина в русском языке, «коллективизм» и «групповщина» предполагают совсем другую сферу смыслов. Поэтому мы взяли на себя смелость создать новый термин, соединяющий смыслы «группа» и «огруппление».

му мышлению. Пожалуй, одной из наиболее распространенных норм является приверженность группе, что проявляется в следовании политике, принятой группой, даже в случаях, когда эта политика работает явно плохо и приводит к нежелательным последствиям, задевающим совесть каждого члена группы. Это одна из ключевых характеристик огруппленного мышления.

Я использую термин «огруппленное мышление» как быстрый и легкий способ сослаться на образ мыслей, которого начинают придерживаться люди, когда *стремление к согласию с окружающими* становится настолько сильным в группе, связанной общими интересами, что в ней возникает тенденция пренебрегать реалистичной оценкой альтернативно действий. <...>

Симптомы огруппленного мышления проявляются в момент, когда члены вырабатывающих решения групп принимают линию поведения, направленную на то, чтобы избегать слишком жесткой оценки идей, высказанных их руководителями или коллегами. Они идут по пути мягкой критики, даже по отношению к себе. На общих встречах все члены группы проявляют дружелюбие по отношению друг к другу и ищут полного совпадения по всем важным вопросам без ссор и конфликтов, которые могут испортить уютную атмосферу, наполненную ощущением понятия «мы».

Устранение

Парадоксальным является то, что «глуповатые группы» часто отличаются жестокосердием, когда приходится иметь дело с людьми, не входящими в их круг, или врагами. Им кажется, что прибегнуть к антигуманным решениям относительно просто: они с готовностью дадут разрешение на проведение бомбовых ударов, из-за которых погибнет огромное число мирных жителей, во имя благородной цели убедить недружественное правительство сесть за стол мирных переговоров.

Нормы

Солидарность в группе растет пропорционально росту согласия внутри группы. Огруппленное мышление включает непреднамеренное подавление критики в результате принятия групповых норм, что достаточно сильно отличается от преднамеренного давления в виде угрозы общественного наказания. Чем сплоченнее группа, тем больше каждый ее член внутренне вынужден избегать нарушения единства, что склоняет его к вере в правильность любого предложения, выдвинутого лидером или разделяемого большинством членом группы.

В сплоченной группе опасность состоит не столько в том, что каждый отдельный член будет не в состоянии возразить против предложе-

ния, высказанного другим членом, сколько в том, что он будет считать это предложение правильным, не пытаясь тщательно и критически осмыслить все «за» и «против». Когда огруппленное мышление превалирует, наблюдается также значительное подавление «инородных» мыслей, но это принимает такую форму, что каждый человек решает, что его опасения несущественны и должны быть оставлены в стороне и что сомнения и колебания должны быть отмечены как вредящие согласию группы.

Стресс

Я не хочу сказать, что все сплоченные группы обязательно страдают огруппленным мышлением. Все члены группы могут быть в незначительной степени расположены к огруппленному мышлению, при котором время от времени проявляется то один, то другой симптом, но важно, чтобы оно не стало преобладающим настолько, чтобы влиять на качество окончательного решения группы. Я не хочу также утверждать, что в групповых решениях вообще обязательно присутствует нечто бесполезное или вредоносное. Наоборот, группы, в которых между членами четко распределены роли и по традиции процесс принятия решений включает критическое осмысление, вполне могут выработать лучшие решения, чем любой отдельный член группы.

Проблема состоит в том, что преимущества решений, выработанных группами, часто не существенны из-за мощного психологического давления, которое возникает, когда члены группы тесно работают вместе, разделяют одни и те же ценности и, самое главное, лицом к лицу сталкиваются с кризисной ситуацией, которая подвергает каждого сильному стрессу.

Главный предлагаемый мной в духе «закона Паркинсона» принцип огруппленного мышления состоит в следующем:

Чем сильнее дружелюбие и корпоративный дух членов вырабатывающей решение группы, тем сильнее опасность того, что независимое критическое мышление будет вытеснено огруппленным образом мыслей, что, по всей вероятности, повлечет нерациональные и антигуманные действия, предпринимаемые по отношению к лицам, не входящим в группу.

Симптомы

Исследуя поведение людей, принимающих решения на высоком правительственном уровне — как на гражданском, так и на военном, я определил восемь основных симптомов огруппленного мышления.

1. Неуязвимость

Все или большинство членов группы разделяют *иллюзию* неуязвимости, которая обеспечивает им некоторую степень уверенности в от-

ношении очевидных угроз и приводит к тому, что они приобретают излишне оптимистичный настрой и готовы идти на чрезвычайный риск. Это также влечет то, что им не удастся вовремя отреагировать на явное предостережение об опасности.

<...>

2. Логическое обоснование

Жертвы огруппленного мышления не обращают внимания на предостережения; они также совместно придумывают обоснования для того, чтобы не учитывать предостережения и другую негативную информацию, которая, если ее принимать серьезно, должна привести членов группы к необходимости пересмотра своих предположений всякий раз, когда они возвращаются к своим прошлым решениям.

<...>

3. Этика

Жертвы огруппленного мышления слепо верят в неотъемлемую нравственность их группы; эта вера способствует тому, что члены группы игнорируют этические или моральные последствия своих решений.

<...>

4. Стереотипы

Жертвы огруппленного мышления поддерживают стереотипные взгляды лидеров на враждебные группы: они несут в себе столько зла, что благородные попытки обсудить на переговорах разногласия с ними не оправданы, или же они слишком слабы или слишком глупы, чтобы эффективно реагировать на любые попытки, которые предпринимает команда, с тем чтобы расстроить их намерения, и неважно, насколько рискованны эти попытки.

<...>

5. Давление

Жертвы огруппленного мышления применяют прямое давление на любого индивидуума, кто спонтанно выражает сомнения насчет какой-либо из разделяемых группой иллюзий или кто ставит под вопрос обоснованность аргументов в поддержку политической альтернативы, которой благоприятствует большинство. Этот гамбит укрепляет норму стремления к согласию, соблюдение которой ожидается от лояльных членов.

<...>

6. Самоцензура

Жертвы огруппленного мышления избегают отклоняться от так называемого группового консенсуса; они умалчивают о своих возражениях и даже минимизируют для себя самих важность своих сомнений.

<...>

7. Единодушие

Жертвы огруппленного мышления разделяют иллюзию единодушия с группой в отношении почти всех суждений, выражаемых членами,

которые высказываются в поддержку мнения большинства. Этот симптом частично является результатом предыдущего симптома, эффект которого усиливается ложным допущением, что любой человек, который сохраняет молчание в ходе дискуссии, полностью согласен с тем, что высказывают окружающие.

Когда группа лиц, уважающих точку зрения друг друга, приходит к единодушному мнению, каждый член склонен ощущать, что убеждение верно. Соотнесение своего мнения с мнением группы лишает человека возможности мыслить критически и самостоятельно, если только в группе не возникают серьезные разногласия между ее членами. Выбирая дальнейший ход действий, членам группы тяжело сталкиваться с разногласиями внутри группы, особенно когда становится очевидным, что взгляды весьма разнятся: предположительный ход действия, возможно, слишком рискован, чтобы ему следовать. Такие разногласия способны вызвать тревогу, что совершается серьезная ошибка. Как только ощущение единства исчезает, члены группы больше не чувствуют единодушия относительно решения, которое они склонны принять. Каждый член группы начинает осознавать: есть некоторые несогласованности, и он должен тщательно искать самую достоверную информацию, чтобы самостоятельно оценить, насколько серьезными могут быть риски. Это еще одно неприятное последствие принадлежности к группе, члены которой практичны и критичны.

Чтобы избежать этого неприятного состояния, члены группы чаще всего склонны, сами того не осознавая, предотвращать скрытые разногласия, не позволяя им всплыть на поверхность, когда они готовы принять рискованное направление действий. Лидер группы и ее члены поддерживают друг друга, обыгрывая точки единения взглядов, в ущерб разногласиям, при полном рассмотрении которых могли бы обнаружиться неулаженные вопросы.

<...>

8. Охранители дум

Жертвы огрупленного мышления зачастую становятся охранителями дум, чтобы защитить лидера и членов группы от противоречивой информации, которая может разрушить самоуспокоенность в отношении эффективности и этики предыдущих решений.

<...>

Результаты

Когда группы управляющих часто демонстрируют большую часть или вообще все эти взаимосвязанные симптомы, подробное исследование их взаимоотношений может обнаружить посредственных последствий. Эти последствия, в свою очередь, являются результатом необдуманных

решений, поскольку они приводят к неадекватным ответам на обсуждаемые вопросы.

Во-первых, группы ограничивают их обсуждение до всего нескольких вариантов (зачастую всего двух), не рассматривая предварительно всех вариантов, которые, возможно, следовало бы принять к сведению.

Во-вторых, группа не в состоянии пересмотреть направление действий, которое изначально предпочло большинство ее членов после того, как они узнают обо всех рисках и недостатках, которые они не учитывали с самого начала.

В-третьих, члены группы почти или вообще не тратят времени на выяснение того, не упустили ли они чего-нибудь важного, и нет ли способов избавиться от больших недостатков, из-за которых отвергались варианты, казавшиеся им нежелательными.

В-четвертых, члены группы делают мало попыток или вообще не пытаются получить информацию от экспертов внутри собственной организации, которые могли бы предоставить более точные оценки потенциальных потерь и выгод.

В-пятых, члены группы проявляют позитивный интерес к фактам и мнениям, которые соответствуют выбранной ими политике; другие факты и мнения они стремятся игнорировать.

В-шестых, члены группы почти не обсуждают то, как могут препятствовать избранной политике бюрократические проволочки, как ее могут саботировать или вообще временно отклонить в ходе обычных действий политические оппоненты. Следовательно, членам группы не удается разработать планы на случай неудач, чтобы справиться с ожидаемыми трудностями, которые могут подвергнуть опасности весь успех выбранного ими курса действий.

Поддержка

Поиск объяснений происхождения огруппленного мышления завел меня в пучину сложных теоретических построений в туманной области человеческой мотивации. Мое предположение, основанное на последних социально-психологических исследованиях, состоит в том, что лучше всего воспринимать различные симптомы огруппленного мышления как общие усилия членов группы, направленные на поддержание самоуважения и эмоционального равновесия, путем обеспечения друг другу поддержки, особенно в период распределения ответственности за принятые жизненно важных решений.

Обычный руководитель начинает сомневаться в мудрости и нравственности своих последних решений — даже совсем несущественных — каждый раз, когда получает информацию о возможных провалах, особенно если информация сопровождается негативной оценкой со сторо-

ны известных лиц, которые всегда поддерживали его. И тогда не стоит удивляться тому, что отдельные члены группы борются за развитие единомыслия и корпоративного духа, что позволит подкрепить моральное состояние друг друга, выработать оптимистический взгляд на результат шатких решений и подтвердить позитивную оценку прошлой политики, которой все они следуют.

Гордыня

Коллективная иллюзия неуязвимости, например, может снизить беспокойство о принятии рисков. Рационалистические обоснования позволяют членам группы верить в то, что риск в конце концов — это не так уж и плохо. Предположение о непреложной нравственности помогает членам группы не испытывать чувства стыда или вины. Негативные стереотипы служат как средства уменьшения стресса, призванные усилить чувство нравственной добродетельности, а также гордости за свою высокую миссию.

Взаимное повышение самоуважения и укрепление веры в собственную нравственность могут иметь функциональную ценность, когда членов группы надо поощрить к началу действий. Однако и то, и другое также вызывает и неадекватные последствия, например приводит к противоречию между стремлением к единодушию и критическими, рациональными рассуждениями, а также к серьезным ошибкам в суждениях.

Несмотря на то что я ограничился изучением групп, участвующих в принятии решений на правительственном уровне, симптомы огруппленного мышления проявляются в сфере бизнеса, промышленности и во многих других областях, где решения принимают небольшие сплоченные группы. Таким образом, для всех людей, и особенно для руководителей групп, жизненно важно знать, какие шаги они могут предпринять, чтобы избежать огруппленного мышления.

Средства

Чтобы уберечь мои исследования от явных противоречий, я также изучил два чрезвычайно успешных групповых продукта: создание плана Маршалла (Marshall) в администрации Трумэна (Truman) и разрешение президентом Кеннеди и его советниками ракетного кризиса на Кубе. <...>

Далее следуют рекомендации по предотвращению огруппленного мышления, включающие многие методики, которые, как я обнаружил, были нехарактерными для групп по разработке плана Маршалла и урегулированию ракетного кризиса.

1. Лидер формирующей политику группы должен предоставить каждому ее члену право критической оценки, прежде всего поощряя всех открыто высказывать возражения и сомнения. Эту методику должно подкреплять то, что руководитель спокойно принимает критику в свой адрес, поэтому члены группы не удерживаются от высказывания своего несогласия. Таким образом, руководитель не допускает, чтобы стремление к единодушию превзошло критичность мышления.
2. Когда главные члены иерархии возлагают миссию планирования политики на какую-либо группу в рамках своей организации, они должны принять беспристрастную позицию вместо того, чтобы заявлять в самом начале о своих предпочтениях и ожиданиях. Это будет способствовать открытому обсуждению и беспристрастному рассмотрению широкого круга вариантов в рамках проводимой политики.
3. Установленный организационный порядок должен предусматривать назначение извне нескольких формирующих политику, а также оценочных групп, работающих над одним и тем же вопросом, каждая под руководством своего лидера. Это может предотвратить изолированность принимающей решение группы.
4. Перед тем как группа придет к окончательному соглашению, руководитель должен попросить каждого члена обсудить уже сделанные групповые наработки с коллегами в их собственном организационном подразделении (учитывая, что эти коллеги достойны доверия с точки зрения подчинения тем же самым правилам безопасности, которые руководят деятельностью разработчиков политики) и затем довести их мнение до сведения группы.
5. Группа должна приглашать одного или нескольких внешних экспертов на каждое совещание и поощрять экспертов спорить с мнением членов группы.
6. На каждом генеральном совещании, повестка дня которого предусматривает рассмотрение различных вариантов в рамках проводимого курса, по крайней мере один член группы должен играть роль «адвоката дьявола», выступая в качестве хорошего юриста, бросающего вызов сложившемуся мнению группы.
7. Когда политический вопрос включает отношение с соперничающим государством или организацией, группа должна посвятить значительную часть времени, возможно целую сессию, на то, чтобы изучить все опасные сигналы со стороны соперника и должна продумать альтернативные планы в зависимости от его предполагаемых намерений.
8. Когда группа изучает политические альтернативы на предмет осуществимости и эффективности, она должна время от времени разделяться на две или несколько подгрупп, которые совещаются

отдельно, каждая со своим руководителем, а затем сходятся вместе, чтобы выявить разногласия.

9. После достижения предварительного согласия по поводу того, что представляется наилучшей политической линией, группа должна провести совещание, чтобы дать «второй шанс», на котором каждый член выскажет как можно более основательно оставшиеся сомнения и еще раз обдумает все перед тем, как сделать окончательный выбор.

Как

У этих рекомендаций есть свои недостатки. Например, поощрение к свободному высказыванию возражений может привести к продолжительным и дорогостоящим дебатам, в то время как стремительно нарастающий кризис будет требовать немедленного решения. Это может также вызвать отторжение, депрессию или раздражение. Неумение руководителя установить нормы иногда приводит к расколу между ним и членами группы и перерастает в разрушительный конфликт власти, когда руководитель рассматривает появляющийся консенсус как проклятие. Создание внешних оценочных групп может увеличить риск утечки информации. Кроме того, изобретательные исполнители, которые знают пути в обход организационного лабиринта, возможно, могут вычислить, как применить то или иное предписание успешно, без неблагоприятных побочных эффектов.

В нашу эпоху ядерного оружия, перенаселенных городов и экологических катастроф мне кажется, что те, кто принимает политические решения, должны сотрудничать с учеными-бихевиористами и в первую очередь уделять пристальное внимание тому, чтобы не допускать огульного мышления и всех вытекающих из него последствий.

Р. Л. Кричевский

КРАТКИЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ ОЧЕРК ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИДЕРСТВА¹

История научного психологического изучения лидерства полностью укладывается в пространство XX столетия. <...> Первые научные публикации, в той или иной мере релевантные обсуждаемой проблеме, датируются самым началом века (1900–1910 гг.). Их авторами были француз А. Бине, американцы С. Дей, Ч. Кули, Е. Мамфорд, Д. Паффер, Л. Термен. В этих публикациях рассматривались вопросы лидерства в

¹ *Кричевский Р. Л.* Краткий исторический очерк исследования лидерства // Р. Л. Кричевский. Психология лидерства. М., 2007. С. 29–42.

промышленной, военной и образовательной сферах и обсуждались теоретические и прикладные аспекты феномена.

По истечении теперь уже более чем столетия путь, пройденный психологией лидерства, можно условно разделить на два больших этапа, водоразделом между которыми проходит Вторая мировая война. Но если результаты первого этапа трудно отнести к разряду сколько-нибудь впечатляющих, то второй этап исследований оказался чрезвычайно продуктивным как в плане выдвижения оригинальных научных идей, так и в смысле эмпирического их воплощения. <...>

Согласно единодушному мнению специалистов, наиболее сложившимся в предвоенные годы направлением исследования лидерства являлась так называемая *теория черт лидерства*. Основной ее постулат гласил, что человек может стать лидером (имелось в виду лидерство и как неформальный феномен, и как феномен организационный, управленческий, т.е. руководство) лишь при наличии у него некоего универсального набора био-социальных характеристик (от роста и веса до интеллекта и собственно личностных черт), которые, как считалось, являются врожденными, не подвержены изменениям и пригодны для многих ситуаций. <...>

Первые итоги обсуждаемого подхода были подведены в самом конце 30-х гг. Они оказались обескураживающими. Положения теории не выдерживали критики ни в научном, ни в прикладном отношении. Во-первых, не удалось выявить какой-либо универсальный набор «лидерских» черт, поскольку из них лишь примерно 5% (а всего к тому времени было выделено около 80 таких черт) были общими для четырех или более исследований. Во-вторых, провалились попытки прогноза реального поведения лидеров (в частности, в военной сфере) с помощью психологических тестов, имевших своей идейной основой «теорию черт».

Проведенный спустя примерно десятилетие Р. Стогдиллом анализ свыше 120 исследований лидерства внес новый штрих в эту неутешительную картину. Оказалось, что хотя можно утверждать о некотором превосходстве «средних» лидеров (руководителей) над «средними» последователями (подчиненными) относительно таких характеристик, как *интеллект, эрудиция, способность к пониманию ситуаций, красноречие, приспособляемость, надежность, активность, социабельность, популярность*, тем не менее количественно различия были невелики, а корреляции лидерства с указанными чертами обнаруживали значительный разброс от исследования к исследованию.

Но означает ли все вышесказанное, что индивидуальные особенности (в данном случае — «черты») людей не являются сколько-нибудь существенным фактором их выдвижения в позицию лидера (или руководителя)? Последующие (т.е. начиная с конца 40-х гг. и особенно в последние десятилетия минувшего века) исследования обнаружили полную несостоятельность подобной точки зрения. Для понимания этого преж-

де всего понадобилось сместить акцент в подходе к анализу детерминантов лидерства. Основное внимание было обращено на *ситуацию*, в которой реализуются «лидерские черты».

Интерес к ситуации пробуждался в головах исследователей постепенно, по мере осознания того существенного факта, что лидерство не сводится исключительно к роли лидера. <...>

По мнению специалистов, ситуация включала в себя: характеристики последователей, специфику решаемых группой задач, степень соответствия им наличных человеческих и материальных ресурсов, качество и историю взаимоотношений лидера с последователями и т.д. Именно ситуация стала рассматриваться со временем как звено, решающим образом опосредующее связь между «чертами» личности и эффективностью действий лидера. Таким образом, по современным представлениям, влияние той или иной «черты» в лидерстве носит не фатальный и универсальный, а, скорее, *вероятностный* характер, будучи обусловлено фактором ситуации.

Причем в последние десятилетия наметился еще один интересный ракурс рассмотрения такого влияния, связанный с особенностями *перцептивной активности* последователей. Было установлено, что те или иные качества («черты») нередко приписываются последователями лидеру, если действия последнего дают на то соответствующее основание, и лишь в этом случае могут рассматриваться как оказывающие влияние на процесс лидерства. В результате произошел любопытный сдвиг в анализе старой проблемы: от «черт» лидера акцент в попытках ее понимания сместился к атрибутам последователей (имеются в виду их умозаключения насчет наличия у лидера этих «черт»).

С перцептивной активностью последователей связан и еще один, весьма популярный в последние десятилетия, личностный аспект лидерства — *харизма лидера*. Ее основу составляют качества («черты») лидера, вызывающие восхищение последователей, возбуждающие желание следовать за ним, исполнять его указания. Но эти качества должны быть еще увидены последователями, и если в одних ситуациях подобное видение в отношении конкретного индивида, признаваемого лидером, имеет место, то в других, как показывают исследования и жизненные факты, тот же самый индивид может абсолютно не восприниматься в качестве носителя харизмы.

В годы, непосредственно предшествовавшие началу Второй мировой войны, возникло и другое крупное направление в разработке обсуждаемой проблемы — *исследование стилей лидерства* (в отечественной трактовке, безусловно, — *руководства*), т.е. способов взаимодействия лидера с группой. У истоков этого направления стоял выдающийся немецкий ученый К. Левин. Под его руководством группой психологов были проведены серии экспериментов, позволивших выделить три уп-

равленческих стиля лидера: авторитарный, демократический и попустительский (или либеральный).

Каждый из них имеет свою специфику: авторитарный по стилю лидер склонен к единоличному принятию решений, его мало интересуют подчиненные как личности; для лидера демократического типа, напротив, характерно активное включение подчиненных в процесс выработки решений, заинтересованное отношение к работнику; наконец, лидер попустительского типа находится как бы в стороне от коллектива, предоставляя его членам полную свободу действий и не питая к ним ни малейшего интереса. В экспериментах К. Левина и в более поздних работах обнаружилось влияние стилей лидерства на групповую эффективность. Так, наибольшая продуктивность наблюдалась чаще всего при авторитарном (а иногда и демократическом) лидерстве. Наибольшая же удовлетворенность выполняемой работой (лабораторной или реальной) отмечалась при демократическом стиле управления.

Со временем, уже после Второй мировой войны, география исследований стилей лидерства (руководства) значительно расширилась, включив себя, в частности, и работы российских психологов. Однако по мере накопления научных данных в них все более обнаруживались противоречия, касавшиеся связи стилей лидерства с групповой эффективностью. Так, если по результатам одних исследований предпочтительным выглядело демократическое лидерство, то материалы других работ свидетельствовали в пользу авторитарного стиля.

Адекватная интерпретация казавшихся противоречивыми научных фактов относительно стилевых особенностей лидеров, как и в случае с «теорией черт», стала возможной лишь благодаря включению в исследовательский анализ фактора ситуации. Эмпирически было отчетливо показано, что *эффективность* того или иного *управленческого стиля* (т.е. по сути — групповая или организационная эффективность) *носит вероятностный характер*, будучи обусловлена своеобразием конкретной ситуации деятельности лидера. Итогом подобного рода исследований явилось построение весьма популярных в настоящее время «вероятностных моделей» эффективности лидерства, успешно апробированных в разных странах, в том числе и в нашей. <...>

Дальнейшая эволюция научных представлений привела к пониманию того, что ситуационный контекст лидерства не ограничен лишь непосредственно, на уровне микросоциума, фиксируемыми условиями групповой (либо, несколько шире, организационной) жизни, но, как полагают ученые, включает в себя и более широкие составляющие экономического, политического, социокультурного характера. Их влияние обнаруживается в специфических для соответствующей *культуры* или *социальной системы* образцах поведения лидеров, в том числе используемых ими стилевых моделях.

Так, известно, что американские менеджеры склонны в гораздо большей степени, чем, скажем, их японские коллеги, к единоличному принятию решений. Для менеджеров-японцев принятие управленческих решений в сфере бизнеса, как правило, сопряжено с выработкой коллективного консенсуса, что не столь типично для их американских коллег. Из опыта отечественной и зарубежной истории можно сделать также вывод, что в степени открытости, гласности, коллегиальности принятия ответственных решений политические лидеры демократических стран значительно превосходят представителей автократий.

Последние два десятилетия отмечены зарождением еще одной любопытной тенденции в подходе к исследованию лидерства. Дело в том, что длительное время в нем господствовала так называемая *транзакционистская парадигма*. В ее основе — понимание лидерства как преимущественно отношения обмена, сделки между лидером и последователями. И хотя в этом отношении главенствующая роль отводилась лидеру, тем не менее его активность в целом не связывалась с внесением существенных изменений в складывавшийся характер внутригруппового взаимодействия.

Однако с середины 80-х гг. все активнее заявляет о себе *трансформационная парадигма* — своеобразный исследовательский ответ на стремительные вызовы современного мира. Она трактует лидерство как процесс преобразования лидерами личностных и организационных структур, процесс активного перевода людей и организаций из мира консервативных традиций в мир инноваций, процесс своеобразного выхода за пределы ожидаемого.

Трансформационная парадигма успешно реализуется в практике эффективного, так называемого *предпринимательского*, менеджмента. Работающие в ее русле исследователи делают акцент на максимальной активизации психологических ресурсов человека, раскрытии его творческих возможностей в организационном контексте. <...>

Важное место в новой парадигме отводится *харизме лидера* как фактору, усиливающему его преобразующее влияние на последователей. Причем истоки харизматического влияния коренятся, по данным исследователей, не только во впечатляющих внешних характеристиках лидера, но также и в его способности представить последователям мотивирующее к действию видение проблемы, вселить в них уверенность в своих силах, пробудить желание превзойти планку установившихся рабочих стандартов, развивая у себя готовность достойно противостоять вызовам действительности.

Как отмечают специалисты, в отличие от традиционных теорий лидерства, делавших акцент на рациональных процессах, теории трансформационного и харизматического лидерства придают особое значение роли эмоций, мотивов и ценностей. Эти более новые подходы

подчеркивают также важность символического поведения и роли лидера в наполнении происходящих событий смыслом для последователей. По удачному выражению одного из аналитиков менеджмента, «хорошие менеджеры не только делают деньги, но и создают смысл существования для людей».

Одновременно со сменой вышеназванных парадигм в 90-е гг. наблюдается рост исследовательского интереса к роли *личностных факторов* в лидерстве. Этот интерес во многом обусловлен прогрессом в таких областях психологии, как когнитивные процессы и личность. Ученых интересует влияние различных форм неакадемического (практического, социального, эмоционального) интеллекта на эффективность руководства, в том числе и трансформационного типа. Проводятся исследования, выявляющие связь обобщенных личностных факторов модели «Большой Пятерки» с внезапно возникающим (т.е. неформальным) лидерством и эффективностью организационного лидерства. <...>

Завершая краткий исторический экскурс в область проблематики лидерства, необходимо сказать несколько слов о динамике исследовательского интереса к двум обозначенным выше сторонам феномена: преимущественно психологической (*собственно лидерство*) и преимущественно социальной (*руководство*). Тенденция, наблюдаемая в последние десятилетия как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях, отчетливо свидетельствует о резком снижении интереса к изучению собственно лидерской проблематики и все более возрастающем внимании (правда, преимущественно со стороны зарубежных ученых) к проблематике руководства. Что, впрочем, вполне объяснимо, если учесть, что основными заказчиками и спонсорами большинства исследований руководства, например в США — этом, еще раз подчеркну, бесспорном мировом лидере разработок в области психолого-управленческой проблематики, — выступает бизнес и армия. <...>

ВЕРОЯТНОСТНАЯ МОДЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ РУКОВОДСТВА¹

Автором рассматриваемой модели является один из авторитетнейших исследователей организационного лидерства Ф. Фидлер. <...>

В настоящее время к числу *ключевых компонентов «вероятностной модели эффективности руководства»* относятся:

- личностная характеристика руководителя;
- блок ситуационных переменных, репрезентирующих ситуацию функционирования руководителя;
- показатели эффективности возглавляемой руководителем группы.

¹ Указ. ист. С. 311–328.

Личностно-стилевая переменная модели операционально выражена оценкой, даваемой руководителем *наименее предпочитаемому сотруднику* (сокращенно — оценка НПС). Эта оценка фиксируется специальной измерительной шкалой.

Оценка НПС чаще всего трактуется как:

- *характеристика стиля руководства* (в континууме «автократ—демократ» или «инструментально ориентированный—личностно ориентированный», где левому полюсу присуща более низкая оценка НПС, а правому — более высокая);
- *аттитюд* (социальная установка);
- *показатель когнитивной сложности субъекта* (например, были получены факты, свидетельствующие, что для так называемых когнитивно простых субъектов наиболее типична низкая оценка НПС, а для когнитивно сложных — высокая);
- *отражение мотивационной структуры личности руководителя* (исходя из доминирующих в этой структуре целей: либо инструментального типа, с более низкой оценкой НПС, либо эмоционального типа, с более высокой оценкой НПС).

К блоку ситуационных переменных модели относятся:

- *степень благоприятности отношений руководителя с подчиненными;*
- *величина позиции власти (влияния) руководителя в группе* (имеются в виду, в частности, его возможности контролировать действия подчиненных и использовать различные средства стимулирования их активности);
- *структура групповой задачи* (имеется в виду четкость поставленной цели, указание путей и способов ее достижения, наличие множественности решений, возможность проверки правильности решений). <...>

Наконец, **эффективность деятельности руководителя** определяется на основе показателей *продуктивности* возглавляемой им группы.

Стоит отметить также, что в ряде исследований, выполненных с позиций обсуждаемой модели, предпринимались попытки расширить понимание групповой эффективности за счет включения в нее еще и *переменной удовлетворенности*. Однако все же, как правило, современные специалисты, обращаясь к анализу «вероятностной модели», рассматривают *эффективность* исключительно как *аналог продуктивности*. <...>

Ключевое положение «вероятностной модели» гласит: руководители с низкой оценкой НПС более эффективны в сильно или слабо контролируемых ими ситуациях (т.е. при соответственно высоком или низком СК), а руководители с высокой оценкой НПС наиболее эффективны в умеренно контролируемых ими ситуациях (т.е. при умеренном СК).

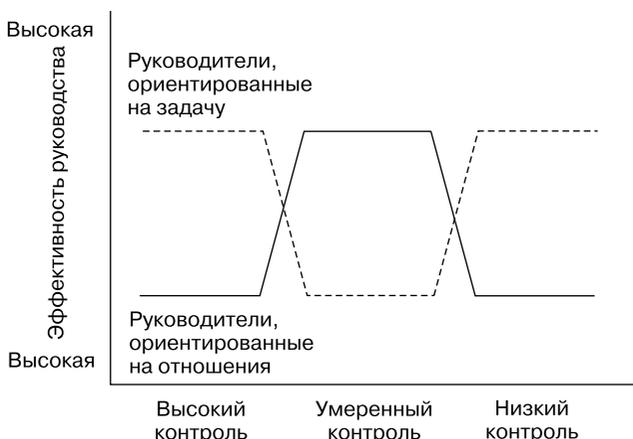


Рис. 1. Графическое отображение «вероятностной модели» эффективности руководства

Иными словами, связь между личностной (или личностно-стилевой) ориентацией руководителя (репрезентированной оценкой НПС) и его эффективностью носит вероятностный характер в зависимости от того, в какой степени он контролирует ситуацию. Это положение графически отображено на рис. 1.

Из вышесказанного совершенно очевидно, что степень СК руководителя может варьировать от ситуации к ситуации. Действительно, модель предполагает восемь разновидностей ситуации, различающихся между собой по характеристикам ситуационных переменных и следовавших степени СК руководителя. Причем для каждого из них Ф. Фидлером и его сотрудниками на основе материалов большого числа исследований определены средние величины (своего рода нормативы) корреляций оценки руководителем НПС с показателями групповой эффективности. <...>

К числу важных направлений дальнейшего совершенствования модели следует отнести:

- поиск адекватной теоретической интерпретации отдельных ее компонентов и прежде всего оценки НПС, которая не коррелирует сколько-нибудь значимо с показателями подавляющего большинства личностных тестов;
- включение в модель дополнительных логически обоснованных ситуационных переменных;
- учет динамики групповых процессов, этапности группового развития;
- расширение перечня критериев групповой эффективности, в число которых необходимо включить, в частности, такой традиционный показатель, как удовлетворенность групповым членством.

<...>

Этим, однако, не завершается обсуждение «вероятностной модели». Дело в том, что знакомство с ней обнаруживает еще один интересный ракурс рассмотрения, имеющий сугубо прикладной «выход». Речь идет о разработанной на основе постулатов модели специальной тренинговой программы подготовки руководителей — так называемом *тренинге лидерского соответствия*. Тренинг преследует цель научить руководителя диагностировать собственный СК и в случае необходимости модифицировать ситуацию (имея в виду изменение отдельных ситуационных переменных) таким образом, чтобы она соответствовала его личностно-стилевой характеристике (т.е. оценке НПС).

Замечу, что Ф. Фидлер отнюдь не случайно указывает на необходимость, если того требуют обстоятельства, подгонки СК руководителя к оценке, даваемой им НПС, а не наоборот. Согласно результатам специальных психометрических измерений, оценка НПС весьма устойчива. Поэтому тренинговая программа (она рассчитана на 6–8 часов и реализуется управленцами либо самостоятельно, с помощью разработанного для такого вида обучения руководства, либо на занятиях, проводимых в форме лекций-дискуссий) делает акцент на ситуационных переменных как более податливых к возможным модификациям. <...>

Практическое приложение

Вот некоторые возможные, согласно Ф. Фидлеру, действия руководителя по изменению параметров СК:

Изменение отношений между руководителем и его подчиненными

Руководителю рекомендуется:

1. Проводить больше (или меньше) времени со своими подчиненными в неформальной обстановке.
2. Подбирать нужных (в профессиональном смысле) людей для работы в его группе.
3. Избавляться от сотрудников, с которыми трудно иметь дело.
4. Предлагать вышестоящему руководству поощрение (в том числе карьерное) нужных (в профессиональном смысле) сотрудников в составе его группы.
5. Улучшать моральную атмосферу в группе путем распределения доходов, премий, привлекательной работы.

Изменение структуры задачи

Если руководитель хочет иметь дело с менее структурированной задачей, ему рекомендуется:

1. Просить вышестоящего начальника о более сложных и менее рутинных заданиях.
2. При разработке этапов выполнения задания обязательно приглашать к сотрудничеству подчиненных.

Если руководитель хочет иметь дело с более структурированной задачей, ему рекомендуется:

1. Просить вышестоящего начальника более детально описать задание, используя соответствующие инструкции.
2. Дробить общее задание на более мелкие этапы субзаданий, которые должны быть высокоструктурированными.

Изменение позиции власти руководителя

Для усиления позиции власти руководителю рекомендуется:

1. С помощью организационных мероприятий постоянно демонстрировать подчиненным свои властные возможности.
2. Быть уверенным, что он в курсе всех событий, происходящих в организации.

Для ослабления позиции власти руководителю рекомендуется:

1. Приглашать всех своих подчиненных к участию в составлении плана работ и принятии решений.
 2. Предоставлять своим подчиненным большую независимость в действиях.
- <...>

Однако разработкой «вероятностной модели эффективности руководства» исследовательская активность Ф. Фидлера не ограничивается, и, как уже говорилось выше, спустя примерно четверть века после первой крупной презентации в специальной печати своего подхода ученый представляет на суд научной общественности еще одну теоретическую разработку. Речь идет о «теории когнитивного ресурса», представляющей дальнейшее развитие идей вероятностного подхода.

Теория когнитивного ресурса была разработана Ф. Фидлером в связи с выяснением роли *интеллекта руководителя* в эффективности управленческой деятельности. Со временем к числу когнитивных ресурсов ученый добавил еще *опыт* и *компетентность*. <...>

Изучая соотношение между когнитивными ресурсами и эффективностью руководства, Ф. Фидлер обратил внимание на следующее любопытное противоречие. В реальной практике успешного подбора управленческих кадров учет интеллектуальных способностей, опыта и компетентности претендентов на руководящие посты играет первостепенную роль. В то же время данные научных исследований содержат на этот счет малоутешительную информацию. Так, от исследования к исследованию обнаруживаются удивительно низкие корреляции между интеллектуальными способностями и эффективностью руководства, и практически полностью отсутствуют корреляции между опытом (или квалификацией) руководителя и эффективностью его действий.

В поисках объяснения столь странного несоответствия научных данных реальной практике подбора управленцев ученый обратился к ана-

лизу ситуационных переменных, которые, по его предположению, опосредуют связь между когнитивными ресурсами руководителя и его эффективностью. Таких переменных было названо две: ситуационный контроль руководителя над групповыми процессами и стрессогенность ситуации, в которой действует руководитель. Однако реально, на уровне эмпирической проработки, речь в теории когнитивных ресурсов идет о переменной второго типа, т.е. о *факторе стресса*, а точнее, о его влиянии на использование руководителем интеллектуальных способностей и управленческого опыта.

В обсуждаемой теоретической схеме фактор стресса фактически выполняет ту же самую (подчеркну — *вероятностную*) функцию, которая в предыдущей модели отведена ситуационному контролю.

Таким образом, согласно **центральному постулату обсуждаемой модели**, связь между когнитивными ресурсами руководителя (т.е. интеллектом и опытом) и эффективностью его деятельности носит вероятностный характер, будучи во многом обусловлена степенью ситуационного стресса.

При этом речь идет о двух типах стресса: рабочем и межличностном. Рабочий стресс порождается спецификой выполняемой работы: например лимитом времени, сложностью рабочих заданий, ролевой неопределенностью или вредными условиями труда. Межличностный стресс вызывается неблагоприятными отношениями в организации: например конфликтами между работниками или чрезмерными требованиями, поступающими в адрес конкретного менеджера от вышестоящих руководителей либо авторитетных подчиненных.

<...> **Ф. Фидлер** сосредоточивает внимание преимущественно на роли стресса, источником которого является вышестоящий руководитель. Ведь именно от его оценки выполняемых подчиненными заданий, от его деловой характеристики сотрудников и т.п. во многом зависит, как сложится их карьера, в том числе и в сфере управления. <...> Подчиненные, имеющие дело с неприязненно, а то и просто враждебно относящимся начальником, обычно испытывают чувство тревоги. Оно вызывает ряд неприятных личностных последствий, в частности нарушает когнитивную активность индивида, отвлекая его внимание от работы. По этой причине, полагает **Ф. Фидлер**, интеллект (как проявление сложной аналитической деятельности, сопряженной с элементами творчества) может не коррелировать с эффективностью. В условиях стресса обнаруживается стремление индивидов возвращаться к таким более «элементарным» формам когнитивной активности, как опора на прежние знания, опыт, использовать разного рода «безопасные» действия, получавшие в прошлом одобрение окружающих. <...>

Результаты последующих исследований **Ф. Фидлера** и его сотрудников позволили сделать обобщенный вывод, касающийся взятых в сово-

купности когнитивных ресурсов, различных источников ситуационного стресса и эффективности руководства. Конкретно было показано, что *в условиях такого стресса эффективность негативно коррелирует с опытом руководителя. Когда же уровень стресса высок, эффективность негативно коррелирует с интеллектом руководителя.* <...>

Дж. Шелдрейк

ДУГЛАС МАК-ГРЕГОР И ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ СТОРОНА ПРЕДПРИЯТИЯ¹

<...>

Исследования, проведенные Мак-Грегором, привели его к мысли о том, что основные задачи высшего руководства сводятся к определению того, каковы его предположения (скрытые и явные) относительно наиболее эффективного пути управления людьми. <...> В книге «The Human Side of Enterprise» Мак-Грегор подходит к проблеме с еще более общих позиций, говоря о том, что любому управленческому решению или действию предшествуют те или иные предположения относительно человеческой природы и человеческого поведения, являющиеся ключевым моментом, определяющим индивидуальный стиль руководства конкретного менеджера. Он подразделяет все эти предположения на две категории, названные им «Теорией X» и «Теорией Y».

Теория X: традиционное видение управления и контроля

Мак-Грегор утверждает, что положения «Теории X» в литературе об организациях являются наиболее широко представленными, при этом они неявным образом присутствуют в существующей управленческой политике и практике. Первое выявленное им предположение состоит в том, что «средний индивид обладает врожденной неприязнью к работе». Мак-Грегор прослеживает историю этого предположения и доводит ее до библейских времен, утверждая, что именно с ним связан тот акцент, который управленцы делают на производительности труда, а также та тревога, которую они выражают по поводу возможного ограничения объемов производства. Особая роль системы индивидуальной оплаты труда как раз и отражает заложенную в ее основание убежденность в том, что руководство должно неким образом совладать с врожденной человеческой склон-

¹ Шелдрейк Дж. Теория менеджмента от тейлоризма до японизации. СПб.: Питер, 2001. С. 259–268.

ностью уклоняться от работы. Второе предположение, согласно Мак-Грегору, является следствием первого и состоит в следующем: «Поскольку люди не любят работать, необходимо принуждать, контролировать, направлять и запугивать большую их часть, что вынудит их внести свой сильный вклад в достижение целей организации». Таким образом, наличие системы поощрений не гарантирует выполнения работником выданного задания. Их может понудить на это лишь угроза наказания, что вытекает из уверенности в том, что заставить работать людей может лишь внешнее принуждение и контроль. Третье предположение, выявленное Мак-Грегором, состоит в том, что «средний человек предпочитает, чтобы им управляли, он страшится ответственности, не обладает особыми амбициями и ищет прежде всего защищенности». <...>

Определив три основных положения «Теории Х», Мак-Грегор пытается доказать, что это не абстрактная интеллектуальная конструкция, а система, широко представленная в современной управленческой практике. Он пишет: «Теория Х — это не соломенное пугало, нацеленное на разрушение; на деле это реальная теория, оказывающая непосредственное влияние на управленческую стратегию в широком секторе современной американской индустрии. Более того, организационные принципы, предлагаемые литературой по проблемам менеджмента, обычно выводятся из предположений, аналогичных «Теории Х». <...>

Разумеется, Мак-Грегору хотелось, чтобы «Теория Х» могла объяснить поведение хотя бы части работников производства. Однако в более общем смысле он все же считает ее неадекватной, особенно в свете последних достижений в изучении проблемы человеческой мотивации. Вольно интерпретируя слова Абрахама Маслоу, он утверждает: «Человек — это животное, постоянно испытывающее те или иные желания, — как только удовлетворяется одна из его нужд, ее место тут же занимает некая новая потребность... Удовлетворенная потребность не может играть роль мотиватора поведения! Этот факт имеет чрезвычайную значимость. Он не рассматривается в «Теории Х» и, следовательно, обычно не принимается в учет при управлении людьми». Согласно Мак-Грегору, менеджеры прекрасно осознают значимость иерархии потребностей, однако склонны видеть в ней скорее помеху, нежели осмысленное средство понимания основ человеческого поведения. <...>

По мнению Мак-Грегора, «типичная производственная организация» дает крайне мало возможностей для удовлетворения высших потребностей своих работников. <...> В таких условиях, по мнению Мак-Грегора, менеджера не должно удивлять, что повышение зарплаты может не оказывать стимулирующего влияния на производительность труда. Если работа не представляется работникам интересной и не позволяет им реализовать себя, они могут использовать дополнительное материальное вознаграждение для удовлетворения своих высших потребностей только вне работы,

т.е. в своей частной жизни. У работников при этом развивается обида на свою работу и соответственно, по мнению Мак-Грегора, нет ничего удивительного в том, что... многие работающие по найму лица относятся к своей работе, как к своего рода наказанию. <...>

Если мы вспомним о том, что Мак-Грегор писал свой труд в период, когда достаточно продолжительный послевоенный экономический бум достиг своего пика, нам станет понятно, почему он вправе был написать о том, что наниматели «достаточно полно удовлетворяют физиологические нужды работников и их потребность в безопасности». Однако в результате этого желания работников «сместились вверх», к их неудовлетворенным потребностям более высокого порядка. Фрустрация в связи с неудовлетворенностью высших потребностей выразилась в неудовлетворенности работников трудом, вследствие чего управленцы были вынуждены прибегнуть к использованию системы дополнительных поощрений и наказаний, т.е. к «политике кнута и пряника». <...>

«Теория Х» представляется Мак-Грегору достаточной для объяснения «последствий» специфической управленческой стратегии, которую он ассоциирует с применением научного менеджмента. В то время как, к примеру, в сфере детского воспитания общепринятой нормой стала постоянная смена стратегии, позволяющая адаптироваться к меняющимся способностям и взглядам растущего ребенка, «Теория Х» совершенно отказывает работнику в способности развития на работе. Она исходит из предположения, что «развитие среднего человека прекращается еще в пору его ранней юности. Теория Х строится на приведении работников к общему наименьшему знаменателю — в прошлом это называлось «фабричный рабочий»... Пока Теория Х продолжает оказывать определяющее влияние на стратегию управления, мы не можем ни познать, ни использовать потенциал среднего человека».

Теория Y: интеграция индивидуальных и организационных целей

Рассмотрев и подвергнув критике предположения, принятые в рамках «Теории Х», Мак-Грегор обращается к предположениям «Теории Y». Он утверждает, что расходование физических и психических сил в ходе работы столь же естественно, как игра или отдых. Средний человек не обязательно будет испытывать неприязнь к работе, последняя может представляться ему источником удовлетворения или наказанием в зависимости от подконтрольных ему условий. <...> По мнению Мак-Грегора, очевидно, что работники, разделяющие организационные цели, будут проявлять самоуправление и самоконтроль. Подобная приверженность «исполняет функцию вознаграждения, ассоциируясь с достижениями»; самое же значимое вознаграждение (связанное с удовлетворе-

нием потребности в самоутверждении и самореализации) может являться непосредственным следствием стремления к достижению целей организации. В противоположность предположениям «Теории Х» «средний человек имеет склонности, при подходящих условиях, не только принимать, но и искать ответственности». Наблюдаемое нежелание некоторых работников принимать на себя некую ответственность и присутствующее им отсутствие амбиций и стремление к обретению защищенности обычно являются следствием приобретенного опыта, но никак не врожденным качеством. На деле способностью «проявлять достаточно развитое воображение, изобретательность и творческие дарования при решении проблем организации обладает не узкий, но весьма и весьма широкий круг лиц». С этой точки зрения жесткое разграничение планирования и выполнения работы, характерное для методов научного менеджмента, следовало бы признать явной ошибкой. Такой подход неизбежно приводит к неразумному использованию способностей рабочих и низводит их до уровня простых поденщиков. <...>

Согласно Мак-Грегору, предположения «Теории Y» приводят к совершенно иным последствиям для менеджмента, нежели «Теории Х». К примеру, ее принципы динамичны, а не статичны; их применение делает весьма вероятным рост и развитие человека к контексте производственной ситуации. В рамках «Теории Y» рабочая сила становится ресурсом, обладающим существенным потенциалом. Основываясь на своем понимании «Теории Y», Мак-Грегор считал, что ограниченность человеческого участия в организационной деятельности сопряжена не со свойствами человеческой природы, а с ошибками руководства. «Теория Х» позволяет руководству оправдывать собственные ошибки ссылкой на врожденное несовершенство рабочей силы, которой ему приходится руководить. «Теория Y», со своей стороны, возлагает всю ответственность на руководство. Если работники ленивы, индифферентны, не стремятся брать на себя ответственность, непримиримы, если они не проявляют творческих способностей и не хотят сотрудничать с другими, значит (согласно «Теории Y»), руководство избрало ошибочные методы организации и контроля. В то время как основными принципами организации, построенной на принципах «Теории Х», являются управление и контроль, то для организации, придерживающейся «Теории Y», главным принципом становится интеграция. Интеграционный принцип требует от руководства создания творческой атмосферы, в которой члены организации успешнее всего могли бы достичь собственных целей, направляя свои усилия на достижение успеха предприятия. При этом внешний контроль замещается самоконтролем, цели организации интернационализуются, усваиваются работниками как собственные, а их достижение удовлетворяет потребность работников в самоуважении и самореализации. <...>

УИЛЬЯМ ОУЧИ И ТЕОРИЯ Z¹

<...>

Джонсон и Оучи считают, что определенные аспекты японского менеджмента «неразрывно связаны с японской культурой» и потому отсутствуют в Америке. Исследовав сходства и различия управленческих подходов, они выделили пять отличительных особенностей японского подхода к менеджменту, которые можно рассматривать в качестве объекта для переноса на другую почву: 1) акцент на движении информации и инициативы снизу вверх; 2) превращение высшего руководства (топ-менеджмента) из органа, издающего приказы, в орган, способствующий принятию решения; 3) использование среднего управленческого звена (миддл-менеджмента) как инициатора и движущей силы решения проблем; 4) принятие решений на основе консенсуса; 5) повышенное внимание к благополучию сотрудников.

Отнесение данных особенностей к специфике именно японского, а не американского или западного менеджмента представляется достаточно спорным. Столь же спорным является и утверждение о том, что повышение производительности японских компаний, работающих как в самой Японии, так и за ее пределами, обусловлено именно некоторыми или всеми названными факторами. Тем не менее работа Оучи вскоре переросла из анализа причин опережающего роста производительности труда в Японии в рассмотрение организации как места самоидентификации и как общественного явления.

В 1978 г. Оучи в соавторстве с Альфредом Йегером издал работу «Организация типа Z: стабильность в условиях мобильности». Основываясь на положениях Вебера, Мэйо, Хоуманса и Маслоу, авторы занялись исследованием введенного Дюркгеймом понятия *аномии*. Они пишут:

Чтобы обеспечить социальную поддержку и нормативные якоря, которые являются необходимым условием общественной жизни, общество традиционно опирается на родственные, дружеские, церковные связи. Как подчеркивал Мэйо, появление фабричной системы производства и стремительные изменения в технологической сфере привели к высоким темпам урбанизации, а также к мобильности рабочей силы и к разделению труда. Для многих американцев эти силы ослабили общественные, семейные и церковные узы. При этом наиболее вероятной причиной ослабления семейных, церковных, соседских и дружеских связей представляется затмение их появлением более перспективного источника связей: производственной организации. Крупная производственная организация, явля-

¹ Указ. ист. С. 304–322.

ющая причиной урбанизации и сопутствующих ей зол, может стать и средством их разрешения.

<...> Основываясь на своих предыдущих исследованиях, Оучи и Йегер полагают, что успех японских компаний объясняется следующими причинами: почти полным включением работника в производственную организацию, при котором начальство проявляет заботу о личной и семейной жизни каждого подчиненного; коллективистским (а не индивидуальным) подходом к работе и ответственности; крайне высокой степенью отождествления индивида с компанией. Эти характеристики во многом являются результатом системы пожизненного найма, характерной для крупных японских компаний.

Японские компании, работающие в США, согласно Оучи и Йегеру, пытаются установить там такую же систему идентификации компании и работника, как и в самой Японии. Несмотря на пресловутую любовь американских рабочих к личной свободе и их неприязнь к любым проявлениям старомодного патернализма, факты свидетельствуют о том, что им нравятся организации, которые обеспечивают коммуникативные связи, стабильность и гарантированную занятость. Авторы допускают, что некоторые американские компании уже позаимствовали у своих японских конкурентов ряд элементов защищенности и идентификации. Это позволяет Оучи и Йегеру заявить, что для новой модели производственной организации характерно сочетание остаточных элементов обычной американской модели и элементов японских моделей. Этот гибрид они назвали «японско-американской смешанной формой», или «идеалом типа Z». Они описывают его следующим образом.

Идеальный тип Z сочетает базовую культурную приверженность индивидуалистическим ценностям с выраженной коллективистской моделью взаимодействия. Он одновременно удовлетворяет старым нормам и предполагает удовлетворение потребности в причастности. Занятость фактически пожизненная (несмотря на то, что это не установлено официально), текучесть кадров низка. Принятие решений осуществляется на основе консенсуса. <...>

От организации типа Z к теории Z

В 1981 г. Уильям Оучи опубликовал свой бестселлер о японском менеджменте «Теория Z: чем должен ответить американский бизнес на японский вызов». <...>

Организации типа Z, по утверждению Оучи, работают лучше постольку, поскольку они свободны от худших элементов иерархии и бюрократии и достигают в рамках собственной культуры высокой степени согласованности. Как пишет Оучи, организации типа Z обычно рассматриваются как кланы, поскольку они представляют собой тесные сооб-

щества людей, занятых совместной экономической работой и связанных вместе разного рода узами. Оучи позаимствовал или, точнее, использовал термин Дюркгейма «клан» для наименования группы промышленных рабочих, хорошо знающих друг друга, но обычно не связанных кровными узами. Ярким примером клана в действии, по словам Оучи, были кружки контроля качества (ККК), которые начали действовать в Японии с начала 50-х гг.

<...>

Согласно Оучи, основным фактором, предопределившим послевоенный экономический успех Японии, была принятая крупнейшими компаниями система пожизненного найма. Несмотря на то что система эта охватывала всего около 35% японской рабочей силы, он считал себя вправе утверждать, что «пожизненный найм в большей степени, чем единая политика, является тем лозунгом, под которым интегрируются многие аспекты японской жизни и труда. Система, при которой крупные компании и государство каждый год нанимают какое-то количество выпускников школ и университетов, исходя из того, что они проработают в фирме до выхода на пенсию, т.е. до 55 лет, способствует установлению большей взаимозависимости. Поскольку в данном случае продвижение по службе зависит только от самого человека, молодой работник (обычно это мужчина), поступая в компанию, может рассчитывать на гарантированный рост по службе, который никак не будет зависеть от ситуации на внешнем рынке труда. В то же время вероятность того, что работник, успевший сделать определенную карьеру в данной организации, захочет оставить ее, становится существенно меньшей». <...>

Очевидно, что эта свободная от присущих Западу индивидуалистических допущений система призвана генерировать куда больший коллективизм, нежели западные организации. Тем не менее различия между двумя культурами могут оказаться и преувеличенными, о чем свидетельствует, к примеру, появление в США и Европе большого количества организаций, которые, несмотря на сохранение открытости рынка рабочей силы, стремятся к обеспечению условий пожизненного найма. <...>

За пределами теории Z, антитеория Z и японизация

Работа Оучи вызвала оживленные дебаты в американских академических кругах. К примеру, Джордж У. Ингленд <...> пытается ответить на вопрос, в какой степени теория Z может быть применима к большинству организаций в США с учетом очевидного различия культур Америки и Японии. Как он пишет, «в Японии практическое применение теории Z отвечает общим социальным нормам и, в общем и целом, поддерживается рабочими организациями и правительственными структурами. Иными словами, это вид высокосогласованной и интегрированной те-

оретической системы труда, хорошо работающей в условиях Японии». В США же, по его мнению, «за последние двадцать лет отношения между правительством и бизнесом, с одной стороны, и между рабочими организациями и бизнесом — с другой, обострились, что делает возможность использования теории Z более проблематичной», из чего он заключает: «Теория Z вряд ли может стать для американских компаний такой же нормой, как для компаний японских». Вместо того чтобы призывать американский бизнес к принятию чуждой японской практики, он рекомендует теоретикам, работающим в области менеджмента, заняться ответом на вопрос о том, «какая философия менеджмента и какой набор управленческих процессов могли бы в достаточной мере соответствовать внутренним американским социальным нормам и ожиданиям, и при этом поддерживались бы основными институциональными акторами, такими как правительство и тред-юнионы». <...>

Хотя книга Оучи стала бестселлером о японском менеджменте, она тем не менее была всего лишь одной книгой из тысячи книг и статей на эту тему, появившихся в начале восьмидесятых. В 1984 г. Дж. Бернارد Киз и Томас Р. Миллер попытались систематизировать и прояснить то, что было известно о японском менеджменте. Приступая к решению этой задачи, они замечают, что многие исследователи японского менеджмента зачастую избирали предметом своего рассмотрения какой-то один фактор, пренебрегая всеми остальными. Они пишут:

Конкурирующих гипотез более чем достаточно... Одни исследователи считают, что высокое качество японского управления является следствием акцента на развитии людских ресурсов. Другие полагают, что причину японских успехов следует искать не в социальной практике, а скорее в ясном понимании японцами сложного процесса принятия решений. Некоторые исследователи считают основной причиной этого активную деятельность кружков качества. Другие утверждают, что основа их процветания — прогресс в сфере технологии и управления производством. Существует также школа, объясняющая японские успехи умелым использованием методов статистического контроля качества. У тех, кто пытается понять «японское чудо», это обилие конфликтующих между собой «теорий» (применяя этот термин в широком смысле), объясняющих причины очевидного превосходства японской системы упрощения, может вызвать разве что смущение.

Киз и Миллер распределяют различные конфликтующие теории по более или менее самоочевидным категориям (таким, как «производственный менеджмент», «кружки качества», «статистический контроль качества», «долгий срок — практический результат» и «принятие решений»), превалирующим в работах тех или иных авторов. Затем рассматривают теории, авторы которых стремятся к созданию более сложных моделей, учитывающих не один, а несколько факторов. Эти теории Киз

и Миллер определяют как попытки создания интегральных моделей японского менеджмента. К этой категории они относят и теорию Z Оучи. Не отрицая значимости его работы, Киз и Миллер тем не менее, цитируют приговор, вынесенный теории Z Гибни: Оучи представил нам хромированный набор поспешных умозаключений, заявлений типа рекламных слоганов и выкладок из области социологии бизнеса, построенных на том, что имеет больше оснований называться модифицированной техникой игры в «дартс», чем исследованием. <...> Они настаивают на том, что для более успешного копирования, использования и внедрения японской системы управления на американских предприятиях необходимо прежде всего «лучше понять внутреннюю взаимосвязь ее элементов». <...>

Работа Оучи может рассматриваться как одна из попыток мыслителей, занятых изучением западного менеджмента, объяснить феноменальный успех японской индустрии. Его точка зрения, в соответствии с которой повышение производительности может достигаться благодаря одному лишь усилению вовлеченности работников в организацию, представляется весьма спорной. Ирония заключается в том, что радикальная перестройка многих производств, вызванная их японизацией, зачастую приводила не к повышению, но, напротив, к понижению уровня их защищенности. Амбициозная схема Оучи, призванная, по его мысли, стать панацеей для все более атомизирующегося общества, с учетом стремительного роста безработицы в 80-е гг., представлялась еще более нереальной. Его анализ страдает упрощенчеством, ибо Оучи пытается представить дело так, словно человеческий фактор имеет в данном случае большее значение, чем технические аспекты проблемы. Его представление о том, что организационные структуры японского бизнеса мягкие, а не иерархичные, бюрократичные или зачастую авторитарные, очевидно искажено. Тем не менее в работе Оучи есть ряд интересных положений, в том числе и мысль о значении доверия. Питер Уикенс в своей последней книге «Восходящая организация» пишет: «Оучи то и дело возвращается к своей центральной концепции доверия. Это проявляется в его призывах к переносу внимания скорее к сфере человеческих отношений, ... к акценту на долговременные отношения с клиентами и на справедливое вознаграждение, чем к рентабельности». Тем не менее, как пишет Уикенс, основная проблема с книгой Оучи состоит не в том, что она содержит, а в том, чего она не содержит. Она практически игнорирует чрезвычайно развитую «контролирующую» культуру Японии».

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ МЕЖГРУППОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ¹

<...>

1. Мотивационные подходы

Впервые стройная система психологических взглядов на область межгрупповых отношений была выдвинута в поздних работах З. Фрейда (1925, 1930). В описании межгруппового взаимодействия и прежде всего межгрупповой агрессии З. Фрейд многое заимствовал из работ Г. Лебона (1896) и У. Мак-Даугола (1916). Фрейд охотно воспринял основные идеи обоих авторов относительно агрессивных аспектов поведения «толпы неорганизованной» (Г. Лебон) и «толпы организованной» (У. Мак-Даугол), но дал им законченную психологическую, точнее, психоаналитическую интерпретацию. В работе Г. Лебона Фрейд особенно импонировала «блестяще выполненная картина» того, как под влиянием толпы индивиды обнаруживают свою базовую инстинктивную природу, как в толпе проявляются подавленные до того времени бессознательные влечения, разрывается тонкий слой цивилизованного поведения и индивиды демонстрируют свое истинное, варварское и примитивное начало (Фрейд, 1925). Фрейд соглашался также и с лебоновским описанием «вожаков» толпы. Однако, по его мнению, Лебон лишь констатировал этот важнейший для понимания «психологии толпы» феномен, не дав ему адекватного психологического объяснения. У самого же Фрейда этот момент выступает на первый план и становится решающим объяснительным принципом. <...>

Собственная точка зрения З. Фрейда относительно области межгрупповых явлений может быть коротко охарактеризована тремя моментами. Во-первых, он постулировал факт неизбежности, универсальности аутгрупповой враждебности в любом межгрупповом взаимодействии. Во-вторых, он определил функцию этой враждебности, интерпретировав ее как главное средство поддержания сплоченности и стабильности группы. Фрейд самым тесным и взаимозависимым образом связал аутгрупповую враждебность и внутригрупповую сплоченность. <...> В-третьих, в работах З. Фрейда описан самый механизм формирования враждебности к «чужим» и привязанности к «своим». Таким механизмом, как и следовало ожидать, являлся эдипов комплекс, его имманентное раз-

¹ Агеев В. С. Теоретические подходы к исследованию межгруппового взаимодействия // В. С. Агеев. Межгрупповое взаимодействие: Социально-психологические проблемы. М., 1990. С. 6–38.

вертывание уже не только в детском, но и в зрелом возрасте. Хотя в поздних работах Фрейд постулировал существование самостоятельного и независимого инстинкта агрессии (как проявление Танатоса, инстинкта смерти), в целом механизмы аутгрупповой агрессии могут быть выведены как прямые следствия эдипова комплекса из амбивалентности ранних эмоциональных отношений в семье. Как известно, согласно Фрейду, эти отношения характеризуются одновременно и любовью, и ненавистью по отношению к отцу, которому стремятся подражать, но который в то же время является объектом соперничества и агрессии. Амбивалентность эмоциональных отношений раннего детства переносится на социальное взаимодействие: любовь к отцу трансформируется в идентификацию с лидером группы, а также с членами группы, имеющими аналогичную идентификацию, враждебность же и агрессия переносятся на аутгруппу. Идентификация с лидером группы, являющаяся, по мысли Фрейда, главным источником группообразования, и представляет собой одну из ипостасей эдипова комплекса. Подобно тому как в детском возрасте любовь и ненависть к отцу выступают взаимосвязанными, взаимозависимыми, немислимыми одна без другой детерминантами психического развития личности, ингрупповая идентификация и сплоченность, с одной стороны, и аутгрупповая враждебность — с другой становятся аналогичным образом взаимосвязанными, взаимозависимыми, немислимыми одна без другой детерминантами социального взаимодействия.

Несмотря на то что в дальнейшем подавляющее большинство направлений практически полностью отказалось от фрейдовской интерпретации механизмов возникновения аутгрупповой враждебности, сама идея *неизбежности* враждебного поведения по отношению к аутгруппам оставалась стержнем и своеобразной точкой отсчета для изучения межгруппового взаимодействия в целом. <...>.

В частности, идеи З. Фрейда оказали значительное влияние на необихевиористскую концепцию фрустрации и агрессии. Представление о том, что фрустрация выступает как необходимое и достаточное условие агрессивного поведения, — основное в этой теории. В дальнейшем и сами авторы этой теории, и их последователи отошли от постулированной ими вначале жесткой и однозначной связи между фрустрацией и агрессией. Однако основная идея этой теории оказала прямое влияние на исследование межгрупповых аспектов агрессивного поведения в необихевиористской традиции.

Так, Берковитц (1962, 1965) воспользовался основными положениями этой теории для объяснения расовых волнений в США. Он расширил понятие фрустрации, включив в него феномены относительной депривации и тем самым обратил серьезное внимание на процессы социального сравнения. Но, пожалуй, самым главным в его концепции было

то, что понятие объекта агрессии расширилось до целой группы. Общая схема агрессивного поведения по Берковитцу может быть представлена следующим образом:

Фрустрация — возникновение чувства гнева — открытая агрессия.

Самым важным здесь является то, что таким объектом агрессии может стать не только отдельная личность, оказывающая непосредственное фрустрирующее воздействие, но и те, кто ассоциируются с таковой по тем или иным признакам. В качестве таких признаков прежде всего выступает именно групповая и, в частности, этническая принадлежность. Таким образом, Берковитц постулировал неизбежность переноса агрессии на всех «других», «похожих» на тех, кто оказал фрустрирующее воздействие (понимаемое в широком смысле) в прошлом, в процессе «социального научения». <...>

Идеи З. Фрейда оказали прямое влияние на знаменитое исследование «авторитарной личности» Т. Адорно (1950). Адорно заимствовал у Фрейда представления о том, что характер ранней социализации личности прямо и автоматически определяет ее отношение к представителям других, главным образом этнических, групп в зрелом возрасте. На основании целой серии эмпирических исследований Адорно сформулировал «синдром авторитарной, или этноцентрической, личности».

Согласно Т. Адорно, типичная «авторитарная личность» характеризуется жесткой, ригидной системой социальных установок, что является результатом чересчур строгого семейного воспитания, в процессе которого подавляются все чувства обиды и агрессии по отношению к родителям. У «авторитарной личности» существует тенденция к идеализации своих родителей, хотя одновременно с этим у нее сохраняется подавленная и поэтому перешедшая в сферу бессознательного враждебность по отношению к ним. Та же амбивалентность характерна для поведения «авторитарной личности» в целом. Она нетерпима к любого рода двойственности и противоречиям. «Авторитарная личность» очень чувствительна к внешним атрибутам власти и предпочитает ситуации, в которых предельно четко определены социальные ранги и статусы. Ригидность «авторитарной личности» проявляется и в сфере межличностных отношений: как правило, авторитарные субъекты расценивают личную близость затруднительной и неприемлемой, предпочитая следовать жестким социальным стереотипам. Отношение «авторитарной личности» к власти в целом параллельно ее отношению к родителям. Внешне авторитарные субъекты почтительны к любому представителю власти, хотя внутренне и бессознательно они сохраняют постоянно сдерживаемую враждебность и агрессию, которая по механизму замещения направляется на другие социальные группы, главным образом на другие этнические общности и меньшинства.<...>

Начиная с работ Адорно, возникает целая традиция в исследовании расовых и этнических предрассудков, пытающаяся объяснить расовые и этнические конфликты авторитарностью или другими личностными характеристиками. Наряду с этим теоретические взгляды Адорно подверглись впоследствии серьезной критике, в том числе и со стороны его последователей. В самом общем виде эта критика сводилась к опровержению однозначной связи между авторитарностью и аутгрупповой враждебностью, постулированной Адорно. В результате ряда исследований было показано, в частности, что аутгрупповая враждебность наблюдается не только у тех людей, которые обладают авторитарными, в адорновском смысле, чертами, и, наоборот, авторитарные личности не обязательно демонстрируют актуальную аутгрупповую враждебность. <...>

2. Ситуативные подходы

<...> Справедливости ради следует все же отметить, что для мотивационных теорий действительно характерен, впрочем, совершенно ими не скрываемый, психологический редукционизм. Во всех этих подходах установки и поведение индивида по отношению к аутгруппам понимаются как способ реализации, разрешения внутриличностных конфликтов и противоречий, а само существование аутгрупп — как совершенно необходимое условие и единственная возможность их снятия.

Эта ограниченность мотивационных теорий подверглась справедливой критике со стороны других течений, в частности сторонников ситуативных и когнитивных подходов. Одним из наиболее радикальных критиков был М. Шериф. Он усматривал причины межгрупповых конфликтов в факторах непосредственного взаимодействия между группами. Его полевые эксперименты были признаны впоследствии классическими и явились отправной точкой и примером для подражания для целого ряда исследований.

Эти эксперименты были проведены в летнем лагере для школьников, и участвовали в них подростки 11—14 лет. В целом в экспериментах Шерифа, которые проводились им в течение ряда лет, можно выделить четыре стадии. В первой из них, после заезда мальчиков в лагерь, была организована общелагерная деятельность, в ходе которой мальчики были предоставлены самим себе в установлении дружбы и знакомства. На второй стадии их разделили на две группы, причем это было сделано таким образом, что те, кто успел ранее стать друзьями, оказывались в разных группах. На этой стадии внутрилагерная жизнь организовывалась уже раздельно для каждой группы. Третья стадия состояла главным образом из ряда соревнований, организованных администрацией лагеря. Главной особенностью этих соревнований было то, что одна из групп ока-

зывалась однозначным образом победительницей, а другая терпела поражение. На четвертой стадии администрация лагеря создавала трудности (поломка водопровода, неисправность грузовика, подвозившего продовольствие, и т.п.), которые могли быть успешно преодолены только при условии объединенных усилий обеих групп. Четвертая стадия была введена только в третий эксперимент, который отличался от первых двух также и еще по одному важному пункту: в нем не было «чистой» первой стадии, так как ребята приезжали в лагерь уже поделенными на две отдельные группы.

Основные результаты этих экспериментов нетрудно предугадать. Межгрупповое соревнование на третьей стадии вело к социально-психологическим эффектам, которые однозначно ассоциировались с межгрупповым конфликтом. Объективный конфликт интересов (объективный в том смысле, что только одна из групп могла стать победительницей за счет другой) привел в экспериментах М. Шерифа к проявлению межгрупповой враждебности, агрессии, негативным аутгрупповым стереотипам и в то же время способствовал усилению внутригрупповой сплоченности и поддержки.

Ситуация радикально изменилась на четвертой стадии экспериментов, заключающейся в искусственном создании трудностей, которые могли быть устранены только объединенными усилиями соперничающих групп. Более общие, или «высшие», цели, порождаемые необходимостью преодоления общих трудностей, и обусловили, по мнению автора, понижение межгрупповой напряженности. Автор зафиксировал частичное возобновление или создание новых дружеских отношений вопреки рамкам группового членства, хотя следы предыдущей межгрупповой враждебности были устранены далеко не полностью.

<...> Работы М. Шерифа, легли в основу важнейших постулатов реалистической теории межгруппового конфликта, сформулированных Кэмпбеллом (1979). Согласно этой теории, реальный конфликт интересов между группами (актуальный, или имевший место в прошлом, или предполагаемый) обуславливает отношения конкуренции и ожидание реальной угрозы со стороны другой группы. Реальная угроза в свою очередь обуславливает: 1) враждебность отдельных членов группы к источнику угрозы; 2) увеличение внутригрупповой солидарности; 3) более полное осознание индивидом своей групповой принадлежности; 4) увеличение непроницаемости границ группового членства; 5) уменьшение степени отклонения индивидов от выполнения групповых норм; 6) увеличение меры наказания за нарушение этих норм вплоть до ostracism и изгнания нарушителя из группы.

Реалистическая теория межгрупповых конфликтов широко распространена в настоящее время, причем не только в среде узких специалистов: она стала достоянием и фактом общественного сознания в целом. <...>

Итак, с работ М. Шерифа начинается принципиально иной подход к исследованию межгрупповых отношений, когда источники межгрупповой враждебности или сотрудничества начинают искать не в индивидуальных мотивационных факторах, что было свойственно «мотивационным» теориям, но в характеристиках самого межгруппового взаимодействия, безотносительно к индивидуальным мотивационным структурам. Безусловно, ценным в работах М. Шерифа было то, что его экспериментальное исследование было проведено на реальных, а не на искусственно созданных лабораторных группах, и то, что эти исследования были лонгитюдными. Это давало возможность проследить историю формирования и развития межгрупповых отношений в зависимости от создаваемого экспериментальным путем характера межгруппового взаимодействия. Бесспорные заслуги Шерифа были вынуждены признать и его главные оппоненты — когнитивисты, что, впрочем, не помешало им, несмотря на такое признание, в значительной мере утратить эти положительные стороны в собственных исследованиях.

Вместе с тем концепция Шерифа также оказалась в известном смысле ограниченной и односторонней. Акцентируя внимание на взаимодействии и именно в непосредственных характеристиках такого взаимодействия видя основную линию детерминации межгрупповых феноменов, концепция М. Шерифа упускает из виду не менее существенные для понимания этих феноменов внутренние, психологические, когнитивные и эмоциональные процессы. Противопоставив себя предшествующим «мотивационным» подходам и предложив диаметрально противоположный путь анализа области межгрупповых явлений, концепция Шерифа потеряла и те рациональные зерна, которые в них содержались. Не может не вызывать возражения также и его стремление представить закономерности межгруппового взаимодействия на уровне малых групп, полученные в его экспериментах, в качестве универсальной модели для объяснения социальных отношений вообще, в том числе и на уровне взаимодействия между большими социальными группами. <...>

3. Когнитивные подходы

Жесткая, однозначная, прямолинейная зависимость межгрупповой враждебности от исключительно внешних факторов, постулируемая «реалистической теорией», была оспорена представителями когнитивистской ориентации. Началом критики послужил ряд экспериментов, в которых было показано, что аутгрупповая враждебность или по крайней мере межгрупповая дискриминация наблюдается и *без объективного конфликта интересов*. Заметим, что такие выводы в имплицитной форме содержатся уже в экспериментах самого М. Шерифа. В одном из его экспериментов подростки приезжают в лагерь уже разделенными на

две группы. В этом исследовании определенная межгрупповая враждебность возникала сразу же, как только одна группа появлялась в поле зрения другой, то есть до того, как экспериментаторы вводили эксплицитный межгрупповой конфликт интересов. Сходные данные были получены в экспериментах К. Фергюссона и Г. Келли (1964), в которых группы выполняли различные задачи, такие, как, например, вычерчивание плана города или составление рассказов. Несмотря на то что, как подчеркивают авторы, экспериментальная процедура не предполагала никакого межгруппового соревнования, члены групп при оценке продуктов их собственной группы и аналогичных продуктов аутгруппы имели тенденцию переоценивать результаты собственной группы и недооценивать результаты аутгруппы, даже тогда, когда сами они не принимали непосредственного участия в работе. <...>

Как уже отмечалось, когнитивисты возражали против главного пункта реалистической теории межгруппового конфликта. Несовместимость целей они не считали необходимым и достаточным условием возникновения враждебности и конфликта между группами. Точнее говоря, они соглашались с тем, что несовместимость целей является достаточным условием, но оспаривали ее трактовку как условия необходимого. В качестве доказательства того, что межгрупповая дискриминация будет наблюдаться и без какого бы то ни было конфликта интересов, Г. Тэджфел и его последователи использовали результаты множества оригинальных и весьма остроумных экспериментов, получивших широкий резонанс в зарубежной социальной психологии, где они так и фигурируют под рубрикой «эксперименты с тэджфеловскими матрицами», или же «эксперименты по минимальной межгрупповой дискриминации». Несмотря на многочисленные частные различия, эти эксперименты тождественны в главном: в тщательном исключении из экспериментальной ситуации всех возможных факторов, которые обычно интерпретируются в качестве причин межгрупповой дискриминации. Исключались такие факторы, как межличностное взаимодействие между испытуемыми, конфликты целей и интересов между ними, предыдущая враждебность или предвзятость между группами, связь между действиями в пользу собственной группы и личными материальными интересами испытуемых и т.п. Единственно, что оставалось в экспериментах Тэджфела, — это сам факт группового членства, но и оно было предельно незначимым, эфемерным и, по определению самого автора, «минимальным». Испытуемые случайным образом классифицировались как члены различных групп на основе совершенно незначимых и искусственных критериев, например по предпочтению одного из художников-абстракционистов, тенденции к переоценке или недооценке количества точек за короткое время предъявления на тахистоскопе, предпочтению острых или тупых углов и т.п. Распределение испытуемых по группам на основе указан-

ных и подобных им критериев составляло первый этап всех этих экспериментов.

На втором, решающем, этапе испытуемые Тэджфела в индивидуальном порядке распределяли плату за участие в эксперименте: каждый испытуемый должен был решить, какую сумму денег получают два других, участвующих в эксперименте человека, о которых решительно ничего не было известно, кроме их групповой принадлежности по одному из вышеприведенных «минимальных» критериев. Присуждение той или иной суммы осуществлялось с помощью специально сконструированных матриц, которые позволяли сравнить и количественно оценить различные стратегии, например стремление испытуемых к справедливому, равному распределению; стремление к максимально возможной сумме для «своего» или для обоих и т.д.

Главные результаты этих экспериментов сводятся к тому, что наиболее типичной оказалась стратегия *максимизировать различия* между суммами, отдаваемыми членам собственной и противоположной группы, разумеется, в пользу первых. Следует подчеркнуть, что именно *установление различия между группами*, а не присуждение, например, максимально возможной суммы для «своих» было наиболее характерным для испытуемых Тэджфела. Иначе говоря, участвующие в его экспериментах школьники и взрослые с легкостью жертвуют абсолютной величиной денежной суммы, которую они присуждают членам «собственной» группы, только для установления *различия* между группами, то есть чтобы «чужие» могли бы получать меньше, чем «свои». Таким образом, межгрупповая дискриминация возникает, даже когда собственные интересы личности совершенно не затрагиваются и не связаны с актом благоприятствования ингруппе, не существует никакого межгруппового соревнования и нет никакой предшествующей или актуальной враждебности между группами. Единственной целью подобной дискриминации, по мнению Тэджфела, является установление различия между группами в пользу собственной, иногда даже в том случае, когда это противоречит элементарным «утилитарным» ее интересам. Эти данные интерпретировались Тэджфелом как наиболее яркое доказательство универсальности и неизбежности межгрупповой дискриминации. <...>

Все это определило преимущественный интерес Г. Тэджфела именно к когнитивным процессам, которые только, с его точки зрения, и могут объяснить полученные им в лаборатории данные, так же как и множество других моментов в реальном межгрупповом взаимодействии. С когнитивной позиции пересмотру подверглись сами определения «социальная группа» и «групповое членство». <...>

Тэджфел и Тэрнер предлагают свое определение группы. По мнению этих авторов, группа — это совокупность индивидов, которые воспри-

нимают себя как членов одной и той же социальной категории, разделяют эмоциональные последствия этого самоопределения и достигают некоторой степени согласованности в оценке группы и их членства в ней. <...>

Итак, с точки зрения когнитивной психологии формирование группы имеет место там, где два или более человека начинают воспринимать и определять себя с позиции ингрупповой-аутгрупповой категоризации. Любая совокупность людей с большей вероятностью будет характеризовать себя как группу, когда субъективно воспринимаемая разница между ними меньше, чем разница между ними и другими людьми в данных условиях. <...>

Основное внимание исследователей обращено не на внутригрупповые, а на межгрупповые процессы, и традиционной областью исследований здесь являются кооперация, конкуренция и межгрупповой конфликт. Прежде всего, Г. Тэджфел и Дж. Тэрнер полемизируют с концепцией «реального межгруппового конфликта». Ранние исследования Г. Тэджфела (1970) показали необязательность реального конфликта интересов для возникновения дискриминационного поведения. Поэтому, с точки зрения когнитивных психологов, далеко не каждая кооперативная деятельность приведет к разрешению межгруппового конфликта и улучшению межгрупповых отношений. Кооперативное и конкурентное взаимодействие не прямо порождает соответственно позитивные и негативные межгрупповые установки, а является детерминантой социальных установок, выступающих в качестве когнитивных критериев для социальной категоризации, то есть конкурентное взаимодействие подчеркивает, а кооперативное — затушевывает воспринимаемые границы между группами.

По мнению Уорчела (1979), самый лучший способ уменьшить межгрупповой конфликт — упразднить различия между группами, поэтому кооперативное взаимодействие будет смягчать конфликт только в той степени, в какой оно достигнет этого результата. Другими словами, для того чтобы возникли последующие позитивные установки, межгрупповая кооперация должна элиминировать ингрупповые-аутгрупповые отличия и восприниматься не как *интергрупповая*, а как *интрагрупповая*. В качестве переменных, которые будут способствовать сохранению межгрупповых границ, несмотря на кооперативное по форме взаимодействие, могут выступать отчетливое различие между членами ингруппы и аутгруппы, неудача в кооперативном взаимодействии, интенсивность предшествующего конфликта, лимитированная продолжительность взаимодействия, несоответствие в статусе между группами и др. <...>

Критикуя теорию М. Шерифа, Дж. Тэрнер (1984) справедливо отмечает, что «высшие» цели должны быть восприняты таковыми, прежде

чем группы будут действовать в направлении их достижения. Между тем сам факт явного разделения людей на группы может привести к восприятию взаимозависимости между группами не как кооперативной, а как соревновательной. Но даже в том случае, когда общие цели будут осознаны участниками взаимодействия и на их основе возникает межгрупповая кооперация, это не приведет автоматически к разрешению межгруппового конфликта — последнее будет зависеть от того, насколько взаимодействие способствует формированию единой, включающей в себя предыдущие, группы. Тэрнер считает, что, когда сохраняется интрагрупповое-аутгрупповое деление, межгрупповая кооперация может иметь место по чисто инструментальным причинам. Однако нет никаких оснований считать, что это приведет к последующему улучшению межгрупповых отношений. Напротив, ожидаемая моральная или материальная выгода такой кооперации оправдывает межгрупповое поведение чисто внешними факторами и делает, по сути, ненужным изменение личных межгрупповых установок.

Авторы не ограничились лишь чисто теоретико-дедуктивными разработками и их верификациями в лабораторных условиях. Большой заслугой представителей этого направления являются их обращение к крупномасштабным вопросам межгруппового взаимодействия и попытка дать им психологическую интерпретацию, в частности к проблемам расовых и этнических предрассудков, социальных стереотипов и др. Так, например, были предприняты попытки исследования такой важной прикладной проблемы, как ведение переговоров (деловых, политических и др.). В этой области проводится разграничение между межличностными переговорами (например, между отцом и ребенком) и межгрупповыми, которые характеризуются наличием представителей двух сторон (например, переговоры между профсоюзами и предпринимателями) со всеми вытекающими отсюда последствиями. И опять-таки, как делалось выше, оговариваются трудности выделения в реальной жизни «чистых» форм того или иного вида взаимодействия. Исследование, выполненное Стефенсоном, посвящено именно второму виду, то есть межгрупповым переговорам. <...> Так, его собственные исследования и работы других авторов показывают, что выход, удовлетворяющий обе стороны, может быть найден и в атмосфере групповых различий и конфликтов. Более того, предмет спора вообще может не отражать реальных жизненных проблем, а приобретать значимость только с позиции поиска дифференциации между группами. <...>

4. Деятельностный подход

<...> Выделение механизма самокатегоризации, то есть воспринимаемого сходства, близости себя с определенной категорией людей, мо-

жет быть очень плодотворным с точки зрения исследования собственно *психологического* в социальных процессах и явлениях. Однако в своем споре с последователями М. Шерифа и близкими к ним по методологическим позициям исследователями представители когнитивистского направления, как это часто случается, выплеснули вместе с водой и ребенка. <...>

Устанавливая важные закономерности функционирования когнитивной сферы, когнитивисты полностью отходят от признания значимости реальных интересов человека, объективных, а не просто воспринимаемых противоречий. Сравнивая позиции сторонников теории социальной идентичности с их главными оппонентами — бихевиористами, нельзя не признать, что они также страдают односторонностью. Попытки когнитивистов опровергнуть результаты предшествующих исследований или дать им совершенно иную интерпретацию напоминают в этой связи поведение испытуемых в экспериментах Тэджфела и Тэрнера, которые стремятся не столько к обоюдной выгоде, сколько к поиску позитивных отличий. <...>

Рассматривая психологические явления в широком социальном контексте, исследователи когнитивистского направления на Западе скорее объясняют социальное через психологическое, чем ведут поиск социальных детерминант этих явлений. Главное противоречие в исследованиях отношений между большими социальными группами заключается в том, что здесь вновь, как и при изучении малых групп, доминирующим методом исследования остается лабораторный эксперимент с созданием искусственной мотивации и личностно не значимых видов деятельности. «Широкий социальный контекст» пытаются уложить в рамки узкого лабораторного исследования, и замена искусственного «категориального» деления (например, на «синих» и «зеленых») естественными (женщины — мужчины, черные — белые, франкоканадцы и англоканадцы и т.д.) не спасает экспериментаторов от ограниченности делаемых выводов. <...>

Независимо от объективных отношений и противоречий между группами факт группового членства сам по себе обуславливает развертывание когнитивных процессов, неизбежно приводящих в конечном счете к межгрупповой дискриминации. В итоге констатируется универсальность межгрупповой дискриминации, то есть установление межгрупповых различий, позитивно валентных в пользу собственной группы. Когнитивные процессы являются объяснительным принципом, в то время как, по нашему убеждению, они сами должны быть объяснены, причем это объяснение следует искать не в рядоположенных когнитивных процессах, но в характере и особенностях самой деятельности исследуемых групп и объективных условиях межгруппового взаимодействия. В этом состоит, пожалуй, самое важное отличие нашей позиции от точки зрения когнитивистов. <...>

Как известно, принципиальное решение важнейшей психологической проблемы о соотношении внешнего и внутреннего, деятельности и сознания явилось краеугольным методологическим камнем советской психологии (Л. С. Выготский, 1983; С. Л. Рубинштейн, 1941; А. Н. Леонтьев, 1977). <...> Исследование зависимости, опосредствованности внутренней, психической деятельности субъекта от его внешней практической деятельности и составило одно из главных направлений в советской психологической науке. В гораздо меньшей степени в советской психологии получила дальнейшее развитие и в плане теории, и в плане экспериментальных исследований другая, на наш взгляд, не менее важная сторона теоретических воззрений Л. С. Выготского, непосредственно связанная с его общей идеей о социальной, культурно-исторической обусловленности психики человека. Главным оставалось изучение зависимости внутреннего, психического мира человека от его *индивидуальной* деятельности. Конечно, всеми охотно признавался *социальный* (совместный, взаимодействующий) характер человеческой деятельности. Но такое признание выступало в значительной степени лишь в качестве общего методологического принципа, но не являлось, за редким исключением, предметом непосредственного изучения. Конкретные социальные аспекты индивидуальной деятельности, ее *«актуально» социальный* характер, задаваемые фактом совместности, взаимодействия, зачастую оставались за бортом эмпирических исследований.

Это до сих пор сказывается на качестве исследований, посвященных социальному поведению и межгрупповому взаимодействию. Деятельностная природа регулятивных психологических механизмов социального поведения, к числу которых, несомненно, должны быть отнесены и те, которые так подробно исследовались когнитивистами, продолжает оставаться скорее предметом научных деклараций, чем научных исследований. Мы выдвигаем изучение деятельностной природы когнитивных процессов, ответственных за социальные аспекты поведения личности, в качестве важнейшей теоретико-методологической и исследовательской задачи. Когнитивные процессы, и процессы социальной идентификации в том числе, должны стать не конечным объяснительным принципом, а предметом специальных исследований. Зависимость социального (межгруппового) поведения от социальной идентичности, определяемой групповым членством, — лишь одно звено в каузальной цепочке. Причем звено не исходное, не изначальное, но *промежуточное*, в свою очередь зависимое и определяемое целым рядом факторов, которые, если обозначить их одним словом, и есть те объективные условия, в которых существуют и взаимодействуют те или иные социальные группы. В свете вышесказанного общая схема каузальных зависимостей может быть представлена в следующем виде (рис. 1).

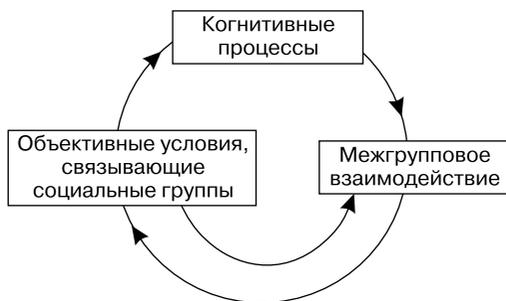


Рис.1. Детерминация межгруппового взаимодействия

Эта схема представляет собой замкнутое кольцо с одним обратным влиянием. Объективные условия, в которых существуют группы, опосредуют развитие когнитивных процессов, самый генезис социальной идентичности личности. Социальная категоризация как субъективный, когнитивный процесс, конечно же, не может не отражать объективно существующую социальную стратификацию и дифференциацию между группами. Разумеется, что отражение может быть неточным, незеркальным, неавтоматическим. Но даже с учетом всей той произвольности, пристрастности, автономности, которыми отмечены все проявления субъективного, наличие связи между когнитивными психологическими образованиями и объективными социальными условиями, причем связи именно генетического, причинно-следственного характера, является для нас очевидным. Тогда дальнейшее воздействие субъективной сферы человека на его социальное поведение, детально прослеженное и проанализированное когнитивистами, может быть принято почти без оговорок: влияние когнитивных процессов на межгрупповое поведение остается и на нашей схеме как одно из существенных звеньев в общей цепи причин и следствий.

Но в данном случае весьма существенно и обратное влияние. <...> Межгрупповое взаимодействие, во многом определяемое когнитивными переменными, воздействует по механизму обратной связи и на первичное детерминирующее звено — объективно существующие социальные условия. Межгрупповые отношения, межгрупповое взаимодействие создают и трансформируют социальные структуры высшего порядка. Такой можно представить себе — именно в психологическом аспекте — модель влияния субъективного фактора на объективно существующие социальные условия. <...>

Т. Г. Стефаненко

ИЗУЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ КАУЗАЛЬНОЙ АТРИБУЦИИ: УСПЕХИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ¹

<...>

Постепенно акцент в изучении атрибутивных процессов сместился с восприятия на социальное познание. Особенно явно этот сдвиг интереса к вопросам социального познания заметен в европейской социальной психологии, так как именно европейские ученые обратили внимание на «несоциальность» разработанных в США концепций атрибуции, невозможность перенесения их положений на уровень отношений между социальными общностями.

Критика европейских авторов конструктивна — они не отбросили атрибутивные концепции, а попытались — с учетом конкретного социального контекста — «социализировать» их. Иными словами, они выделили область — психологии межгрупповых отношений и жизнедеятельности больших социальных групп, — в которой изучение атрибуции релевантно лишь социальной психологии и никакой другой психологической дисциплине. <...>

Первые эмпирические исследования, в которых анализировались атрибуции в зависимости от групповой принадлежности их объекта и субъекта, были проведены психологами США и Канады. Но в их основе лежали классические американские атрибутивные теории, положения которых исследователи просто «накладывали» на другие объекты. Так, Д. Тейлор и В. Ягги — авторы самого известного и до сих пор цитируемого исследования — перенесли на групповой уровень концепцию эгоцентристского приписывания Г. Келли, согласно которой существует тенденция приписывать успех себе, а неудачи — другому.

Они предположили, что людям свойственно приписывать позитивные события своей группе, а негативные — чужой. В исследовании, проведенном в Южной Индии, испытуемым-индуистам предлагались описания ситуаций, в каждой из которых индуист или мусульманин совершают позитивные или негативные поступки (лавочник проявляет щедрость или обманывает покупателя, учитель хвалит или наказывает ученика, домовладелец приглашает в дом или не обращает внимания на попавшего под ливень прохожего и т.п.). Испытуемых просили объяснить поведение членов двух конфессиональных групп одной из предложенных причин: внешних (стечение обстоятельств; правила поведения,

¹ *Стефаненко Т. Г.* Изучение социальной каузальной атрибуции: Успехи, проблемы, перспективы // Мир психологии. 1999. № 3. С. 52–59.

установленные в обществе) или внутренних (щедрость или жадность торговца, плохой или хороший характер учителя). Выдвинутая гипотеза подтвердилась полностью — позитивному поведению членов своей группы и негативному поведению мусульман приписывались внутренние причины, а негативному поведению «своих» и позитивному поведению «чужих» — внешние причины.

Выявленные в этом исследовании атрибуции, а также атрибуции, с помощью которых подобным же образом объясняется успех и неудача своей и чужой групп, были названы *этноцентристскими*. Такие атрибуции были обнаружены и в ряде исследований, в которых испытуемыми выступали члены этнических, возрастных, профессиональных и т.п. групп. Однако очень скоро социальные психологи обнаружили, что столь явные этноцентристские атрибуции не являются универсальными.

Так, У. Стефан, исследуя то, как американцы — белые англоязычные, выходцы из Мексики и афроамериканцы — интерпретируют позитивные и негативные поступки членов своей и чужой групп, убедился, что не все группы и не при всех обстоятельствах проявляют склонность к этноцентристским атрибуциям: например, представители группы дискриминируемого меньшинства — афроамериканцы — в атрибуциях не делали различий для своей и чужой групп при любом поведении их членов. <...>

Исследования Стефана и других авторов на эмпирическом уровне продемонстрировали всю сложность проблематики групповой атрибуции, невозможность ее сведения к данным, получаемым при исследовании атрибуции межличностной. Однако и при первой попытке теоретически осмыслить проблему этноцентристских атрибуций Т. Петтигрю опирался лишь на положения теории Г. Келли и результаты исследования Тейлора и Ягги. Он выдвинул предположение о существовании *элементарной (ultimate) ошибки*, а точнее говоря, *предвзятости атрибуции*, понимаемой как «систематическое структурирование ложных межгрупповых атрибуций, частично основанных на предубеждениях». Петтигрю выделил четыре атрибутивных паттерна, используемых для объяснения позитивного поведения членов чужих групп: 1) исключение из правил; 2) удача или благоприятное стечение обстоятельств; 3) высокая мотивация или затраченные усилия; 4) манипуляция с ситуативным контекстом. Иными словами, элементарная ошибка атрибуции состоит, по его мнению, в приписывании большего количества внешних или внутренних нестабильных причин позитивному поведению членов чужих групп и большего количества внутренних или стабильных причин соответствующему поведению членов своей группы.

Американский исследователь внес большой вклад в изучение групповых атрибуций, в частности подчеркнув, что при их построении индивиды используют не только фактор локуса, но и фактор стабильно-

сти/нестабильности. Но и он не пытался рассматривать групповые атрибуции в рамках психологии межгрупповых отношений, полагая, что элементарной ошибке атрибуции подвержены лишь предубежденные индивиды, т.е. углубляя прежде всего теорию предубеждений Г. Олпорта.

И только европейские психологи — англичанин М. Хьюстон и голландец И. Яспарс, опираясь на теории социальной идентичности А. Тэшфела и социальных представлений С. Московичи, в начале 80-х гг. сформулировали — в виде системы гипотез, следствий и выводов — «теорию социальной атрибуции». Именно с этого времени основное внимание в Европе обращается на изучение *социальной (или групповой) каузальной атрибуции, понимаемой как интерпретация поведения и результатов деятельности¹ индивидов на основании их группового членства*. Такая атрибуция является: 1) *социальной* по происхождению, так как возникает и развивается в результате социального взаимодействия индивидов или под влиянием социальной информации; 2) *групповой*, с точки зрения объекта направленности — не на отдельного индивида, а на члена конкретной социальной группы; 3) *групповой*, с точки зрения сходства у членов социальной группы и различий между группами.

У сторонников «теории социальной атрибуции» неизбежно возникает вопрос о функциях, выполняемых атрибуциями по отношению к группе индивида, воспринимающего чье-либо поведение. По их мнению, основная функция социальной атрибуции — формирование, поддержание или усиление позитивной групповой идентичности, что проявляется в утверждении ее положительного — в сравнении с образами релевантных ей групп — образа.

Исследования, как проведенные в США и Канаде, так и собственные, позволили создателям «теории социальной атрибуции» выделить основную стратегию, позволяющую сохранить позитивную групповую идентичность, — использование *этноцентристских атрибуций*, в которых индивиды оказывают предпочтение представителям своей группы. Правда, Хьюстон и Яспарс возвращаются к исходному определению этноцентристских атрибуций, учитывая лишь то, что внешние или внутренние причины приписываются за то или иное поведение своей и чужой группам.

Это связано с тем, что в большинстве проведенных к началу 90-х гг. исследований значимые различия в приписывании внешних и внутренних причин поведению членов своей и чужой групп были обнаружены, а полного эмпирического подтверждения аналогичного сдвига от стабильных к нестабильным атрибуциям выявлено не было.

Но к настоящему времени появилось значительно больше оснований утверждать, что при этноцентристском приписывании причин поведения и результатов деятельности играет свою роль и фактор стабильности/нестабильности. Так, в цикле работ итальянских психологов, ис-

следовавших межгрупповую лингвистическую предвзятость, была выявлена тенденция описывать позитивное поведение членов своей группы и негативное поведение членов чужой группы, используя более абстрактные термины, чем при описании негативного поведения членов своей группы и позитивного поведения членов чужой группы. Например, в случае позитивного поведения представитель своей группы описывается как *альтруист*, а представитель чужой группы — как *помогающий другому человеку*. И наоборот — в случае агрессивного поведения «свой» описывается как *обижающий какого-либо*, а «чужой» — как *агрессор*. Совершенно очевидно, что чем более абстрактные термины используются для объяснения причин поведения индивида, тем более стабильными воспринимаются эти причины. <...>

Но каким бы образом не понимались этноцентристские атрибуции, они, как уже отмечалось, обнаруживаются далеко не во всех исследованиях. Проверке гипотезы об универсальности этноцентристских атрибуций был посвящен и эксперимент М. Хьюстона и К. Уорда, в котором в качестве испытуемых выступали представители двух этнических групп — малайцы и китайцы — одновременно в двух странах — Малайзии и Сингапуре. В Малайзии, где господствует националистическая идеология, а китайцы являются группой дискриминируемого меньшинства, только малайцы продемонстрировали склонность к этноцентристским атрибуциям, а китайцы проявили внешнегрупповой фаворитизм: внутренними причинами чаще объясняли позитивное поведение малайцев, чем членов своей группы. В Сингапуре, где китайцы, по мнению британских исследователей, не представляют собой группу угнетенного меньшинства, результаты были несколько иными: для малайцев и в этой стране были характерны этноцентристские атрибуции, а китайцы не проявили ни внутригруппового, ни внешнегруппового фаворитизма.

Результаты, полученные Хьюстоном и Уордом, еще раз подтвердили, что этноцентристские атрибуции не представляют собой универсальной тенденции. <...>

Однако сторонники «теории социальной атрибуции» при анализе социальных атрибуций рассматривали лишь крайние случаи: атрибуции, в которых проявляется явное предпочтение своей группы, характерные для представителей господствующих (высокостатусных) групп и подчиненных (низкостатусных) групп, но стремящихся изменить существующие межгрупповые отношения, с одной стороны, и атрибуции, отражающие предпочтение чужой группы, свойственные членам групп меньшинств, не видящих альтернатив существующей системе, с другой стороны.

Но атрибуции, продемонстрированные индуистами в Южной Индии и китайцами в Малайзии, можно представить себе лишь как полюса некоего континуума, которые соответствуют достаточно высокому

уровню фаворитизма (внутригруппового в первом случае и внешнегруппового во втором) и являются эмпирическими индикаторами межгрупповой дифференциации в форме противопоставления. А атрибуты, выявленные у китайцев в Сингапуре, не соответствуют ни одному из этих полюсов и расположены в какой-то точке между ними.

Иными словами, при благоприятных условиях межгруппового взаимодействия — отсутствии явных конфликтов, примерном равенстве статусов и т.п. — для поддержания позитивной групповой идентичности индивидам нет необходимости конструировать этноцентристские атрибуты. Так, даже при предпочтении одной из групп в атрибутах может проявляться разное отношение к отдельным сферам жизнедеятельности двух общностей. А дифференциация своей и чужой групп — колебаться от противопоставления в пользу своей группы через сопоставление, которое не исключает критичности к деятельности и качествам обеих общностей, до противопоставления в пользу чужой группы. <...>

Проведенный анализ исследований социальной каузальной атрибуции позволяет прийти к заключению: к настоящему времени в социальной психологии еще не сложилось стройной системы представлений о том, как люди объясняют поведение представителей своей и чужой групп в конкретных социальных ситуациях, однако имеется всеобщее единодушие по одному пункту — существуют различия в приписывании причин поведения «своим» и «чужим». Но тогда встает новый вопрос: что лежит в основе подобной асимметрии?

Существуют два конкурирующих объяснения: мотивационное и когнитивное. Согласно первой модели, в основе социальных атрибуций лежит мотив защиты своей группы или даже «чистый этноцентризм». Эту точку зрения поддерживают, например, результаты исследования Дж. Гринберга и Д. Розенфельда, где белые американцы должны были объяснить причины успехов и неудач афроамериканцев при решении задач, для которых не требуется способностей, входящих в стереотип негра в США. У расистски настроенных испытуемых в большей степени, чем у испытуемых без расовых предубеждений, проявилась тенденция приписывать причины успехов афроамериканцев скорее везению, чем способностям, а причины неудач — скорее недостатку способностей, чем невезению. Авторы утверждают, что основу негативных атрибуций следует искать не в когнитивных процессах, а в мотивации — расисты демонстрируют этноцентристские атрибуты просто потому, что им афроамериканцы не нравятся. Иными словами, негативные attitudes приводят к соответствующим атрибутам.

Авторы, придерживающиеся когнитивистской модели, утверждают, что к тем или иным атрибутам приводят не attitudes, а универсальный процесс межгрупповой категоризации и ее более частный случай — стереотипизация. Так как источником для объяснения поведения и до-

стижений группы и ее представителей внутренними причинами являются стереотипы, основание различий в социальных атрибуциях видят в ожидании поведения, соответствующего стереотипам. Например, если у нас существует стереотип, что русские гостеприимны, любые действия представителей данного этноса, в которых проявляется гостеприимство, будут рассматриваться как типичные, т.е. внутренне присущие группе и стабильные.

А этноцентристскими такие атрибуции оказываются только потому, что автостереотипы чаще всего более позитивны, чем гетеростереотипы. Однако, хотя это наиболее вероятный случай, возможны и другие варианты. Так, К. Доу, изучая влияние на атрибуцию полоролевых стереотипов, обнаружила, что представители обоих полов объясняют причины успехов мужчин в большей степени их способностями (внутренней стабильной причиной), а успехи женщин — усилиями и везением (нестабильными причинами), т.е. в соответствии с существующим в современном обществе стереотипом о большей «успешности» сильного пола.

Итак, мотивационная модель механизмов, лежащих в основе социальных атрибуций, предсказывает использование внутренних и/или стабильных причин для объяснения позитивного поведения «своих» и негативного поведения «чужих» вне зависимости от ожиданий, основанных на стереотипах. А сторонники когнитивной модели утверждают, что существует тенденция приписывать поведению, которое согласуется со стереотипами, внутренние и/или стабильные причины, а поведению, которое не согласуется со стереотипами, — внешние и/или нестабильные причины вне зависимости от того, позитивно это поведение или негативно и кому оно свойственно — «своему» или «чужому». <...>

Нам представляется, что когнитивистская модель получила поддержку в этом и других исследованиях потому, что социальная каузальная атрибуция и стереотипизация (приписывание представителям своей и чужих групп личностных черт) являются двумя видами единого атрибутивного процесса. Они находятся в тесной взаимосвязи: процесс социальной каузальной атрибуции является механизмом образования стереотипов, а процесс стереотипизации является механизмом образования атрибуций.

Но два взаимосвязанных вида единого атрибутивного процесса не сводимы друг к другу и обладают относительной самостоятельностью. В частности, стремясь сохранить единую направленность в приписывании причин определенному поведению, индивиды могут игнорировать отдельные стереотипные черты. <...>

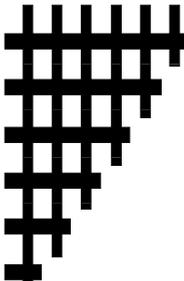
Можно сделать вывод, что хотя мотивация сохранения позитивной групповой идентичности — и шире — межгрупповой дифференциации соответствующей направленности не является необходимой предпосылкой для конструирования социальных каузальных атрибуций, во мно-

гих реальных ситуациях именно она определяет их содержание. Так, можно предположить, что при межгрупповых конфликтах, когда существует угроза групповой идентичности, релевантными оказываются именно мотивационные механизмы, а когнитивные даже не принимаются в расчет. Индивиды в этом случае, используя этноцентристские атрибуции, проявляют внутригрупповой фаворитизм, позволяющий защитить свою группу.

<...>

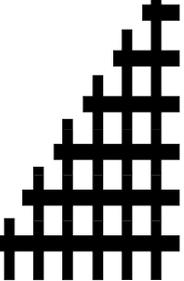
Не вызывает сомнения, что необходимо продолжить исследования групповых атрибутивных процессов и, прежде всего, проанализировать их зависимость от особенностей широкого социального контекста. Это тем более важно, что в современном взаимозависимом мире этноцентристские социальные атрибуции могут способствовать формированию и сохранению враждебных стереотипов и препятствовать попыткам урегулирования межгрупповых конфликтов.

В то же время было бы ошибкой поддерживать точку зрения об активном влиянии атрибутивных механизмов социального познания на социальные отношения, о том, что атрибуции и межгрупповые отношения находятся в состоянии циркулярного взаимовлияния. В действительности очевидным является воздействие атрибутивных процессов не на межгрупповые отношения, а на межличностные отношения представителей различных больших групп и, в конечном счете, на их совместную деятельность в малых группах. Сложность изучения групповых атрибутивных процессов во многом проистекает как раз из-за того, что функционируют они на двух уровнях: и на межгрупповом, и на межличностном. Поэтому перспективой дальнейших исследований должно стать соотнесение двух подходов к анализу групповых форм атрибуции с учетом как воздействия на них характера социальных отношений, так и их воздействия на межличностные отношения представителей больших групп.



Раздел IV

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ
ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
ЛИЧНОСТИ**



Д. Майерс

Я В СОЦИАЛЬНОМ МИРЕ¹

<...>

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*, 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.

<...>

Я-концепция: кто Я?

Кто вы? Поскольку вы — уникальное и сложное создание, у вас есть много возможностей дописать предложение «Я — ...». 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. *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 тренированы 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. <...>

Ссылка на себя

Рассмотрим, как Я влияет на память (это явление известно как «эффект ссылки на себя»): *информация, релевантная нашим Я-концепциям,*

¹ Майерс Д. Социальная психология. СПб., 2006. С. 48–67.

быстро обрабатывается и хорошо запоминается. 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. 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. Оценивая действия или поведение других людей, мы нередко произвольно сравниваем их с собственными действиями и поведением. 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.

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. 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. Чем мы стеснительнее, тем больше мы ощущаем себя у всех на виду.

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. 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?

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. 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». 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.

<...>

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.

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».

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**. 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. 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. А это значит, что мы втайне даже можем радоваться их неудачам, особенно неудачам или несчастьям тех, кому мы завидуем.

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. Чтобы защитить чувство собственного достоинства, сравнивая себя с соперником, мы часто воспринимаем его как находящегося в более выгодном положении.

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. 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. Делать максимум возможного и достигать поставленных целей — значит чувствовать себя более уверенным в себе и способным. <...>

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. 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.

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. 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.

Нашу привычку использовать окружающих в качестве зеркала, с помощью которого мы воспринимаем самих себя, социолог Чарльз Кули назвал «*отраженным Я*». 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.

Как будет понятно из дальнейшего изложения, наиболее склонны к завышенному самоуважению люди, живущие в странах Запада. Синобу Китаюма пишет, что японцев, посещающих Северную Америку, неизменно удивляют те хвалебные речи, которыми там обмениваются друзья. 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 испы-

тивать 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 ostracismу, мы испытываем такую же боль, потому что при этом лишаемся возможности уважать себя, отмечает Марк Лири. 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.

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

<...> Процветанию индивидуализма способствуют рост благосостояния и мобильности людей, а также урбанизация и средства массовой информации.

Культуры народов Азии, Африки и Центральной и Южной Америки значительно выше ценят коллективизм. Они воспитывают то, что Синобу Китаэма и Хейзел Маркус называют *взаимозависимым Я*. Представители этих культур более самокритичны и меньше нуждаются в позитивном эгоизме. 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.

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 Гавайях и на крайнем юге страны, он более свойствен, нежели их согражданам, живущим в горных западных штатах, например Орегоне и Монтане. 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. Как следует из рис. 1 и из табл. 1, взаимозависимое Я вовлечено в социальные «членства». Их речь менее прямолинейна и более вежлива. Цель социальной жизни заключается не столько в усилении Я индивидуума, сколько в его гармонизации с тем сообществом, к которому он принадлежит, в поддержке последнего. <...>

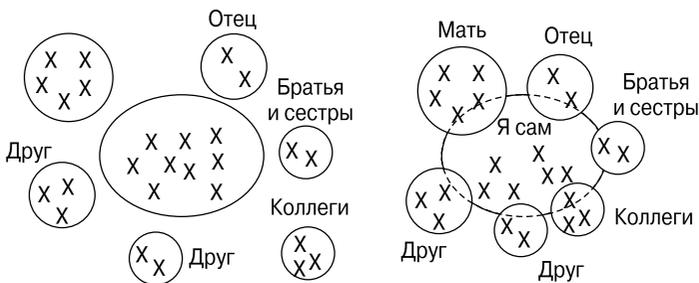


Рис. 1. Независимая и взаимозависимая Я-схемы

Взаимозависимое Я признает свои связи с другими. Однако оно более глубоко «встроено» в других.

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 | Эгоизм |
| 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. 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.

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 Китаэмы 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. <...>

Э. Аронсон, Т. Уилсон, Р. Эйкерт

САМОПОЗНАНИЕ С ПОМОЩЬЮ Я-СХЕМ¹

Люди могут много узнать о самих себе с помощью интроспекции и наблюдения за своим собственным поведением. Как люди используют информацию, которой они располагают? Неудивительно, что мы строим наше самопознание почти так же, как наше знание об окружающем мире — мы создаем схемы.

Люди используют схемы — структуры познания о человеке, теме, предмете — чтобы понять окружающий социальный мир. В нашей голове не просто бродят скопления случайных беспорядочных мыслей; мы организуем свое знание в схемы, которые помогают нам понять и интерпретировать новые переживания. Неудивительно, что у нас точно так же формируются и **я-схемы**, структуры знания о самих себе, основанные на нашем прошлом опыте, они помогают нам понять, объяснить и предсказать наше собственное поведение. Таким образом, нам не нужно вспоминать случайные, беспорядочные мысли о себе: самопознание выстраивается в понятные схемы, которые влияют на интерпретацию новых событий, происходящих с нами. Предположим, например, что вы проиграли матч по теннису своему лучшему другу. Какая у вас будет реакция? Отчасти ответ зависит от характера вашей я-схемы. Если вы считаете себя спортсменом и человеком, склонным к конкуренции, то скорее всего вы будете чувствовать себя плохо и захотите как можно быстрее переиграть матч; если же вы считаете себя человеком, стремящимся сотрудничать и привязанного к друзьям, то проигрыш одного матча не будет для вас иметь особого значения.

По мере того как дети растут, у них из плоской и конкретной я-схемы формируется уникальное, сложное представление о себе, основанное на постепенно усложняющихся я-схемах. В ряде исследований, проведенных Уильямом МакГуайром и его коллегами, предполагается, что люди формируют я-схемы для таких аспектов своего «я», которые делают их отличными от других людей. Так, рыжеволосые дети чаще упоминают цвет волос, когда их просят описать себя, так как эта физическая черта отличает их от других людей. Сходным образом ребенок афро-американец в школе, где учатся в основном белые, более вероятно, чем белые дети, отметит свою расовую принадлежность, поскольку этот аспект его личности выделяет его в данной обстановке.

¹ Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Самопознание: Как мы понимаем самих себя // Э. Аронсон, Т. Уилсон, Р. Эйкерт. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. СПб., 2002. С. 168–178.

Автобиографические воспоминания

Я-схемы также помогают нам создать представление о собственном прошлом, они влияют на наши **автобиографические воспоминания**, — воспоминания о наших собственных мыслях, чувствах и поведении в прошлом. Хотя именно эти воспоминания и характеризуют нашу личность, важно, что и мы сами формируем собственные воспоминания. Разумеется, невозможно запомнить все, что происходило в нашей жизни или помнить все события совершенно отчетливо. Со временем мы искажаем события, которые происходили в нашей жизни, приукрашиваем или полностью их забываем. Искажение и пересмотр своих автобиографических воспоминаний зачастую не случаен — мы действительно переписываем нашу историю. Каким образом? Я-схемы помогают нам упорядочить новую информацию о самих себе и точно также дают возможность упорядочить воспоминания о прошлых поступках. Если, допустим, независимость составляет часть вашей я-схемы, а соперничество и склонность к конкуренции в нее не входят, то вы, вероятно, будете чаще вспоминать о том времени, когда действовали независимо, чем когда соревновались с кем-то.

Как же быть с воспоминаниями о наших чувствах и установках в прошлом — искажают ли их наши теории и схемы? Майкл Росс и его коллеги решили, что ответ на этот вопрос должен быть утвердительным. У людей много разных теорий о стабильности собственных чувств. Некоторые чувства, например наши настроения или ощущение счастья, когда мы влюблены, со временем изменяются. А другие, например наши установки по отношению к социальным темам, остаются относительно стабильными — люди предполагают, что то, как они думают сейчас, они считали и раньше. Кстати, интересно отметить, что, как обнаружил Росс, эти теории не всегда правильны и приводят к искажениям воспоминаний. Например, установки в отношении социальных тем иногда действительно изменяются, хотя в соответствии с нашими теориями эти установки остаются стабильными. Люди часто недооценивают изменения, которые все-таки с ними происходят.

<...>

ПОЗНАНИЕ СВОЕГО «Я» В СОЦИАЛЬНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

До сих пор мы видели, что люди формируют представления о себе с помощью интроспекции, наблюдения за своим поведением и построения информации в я-схемы. Несмотря на всю значительность этих источников познания о своем «я», в них отсутствует нечто очень важное.

Мы не единственные стремимся к самопознанию, мы социальные существа и часто видим себя глазами других людей. На самом деле многое из того, что мы знаем о себе, нам внушают другие люди. Уильям Джеймс подчеркивал важное значение социальных взаимоотношений для нашего определения «я», он отмечал, что у нас могут быть различные «я» в разных социальных ситуациях. Например, когда женщина-психолог при обучении своей лошади болтает с другими наездниками, то здесь проявляется совершенно другой аспект ее «я», отличный от ее «я» на национальной конференции по психологии. Ее «конюшенное я» более разговорчиво и менее интеллектуально; лексика этой женщины и темы разговора будут резко отличаться в разных ситуациях. Мы не только проявляем себя по-разному перед разными людьми, но и их мнение о нас формирует у нас определение нашего «я». Другие люди как будто держат перед нами зеркало, и в нем отражается их представление о нас.

Зеркальное «я»

Идея о том, что мы видим себя глазами других и включаем их представления в нашу я-концепцию, называется «**зеркальное я**». Способность смотреть на себя глазами других людей имеет большое значение для развития ощущения «я», поскольку она позволяет нам понять, что мы можем воспринимать окружающий мир совершенно иначе, чем другие. Если мы не в состоянии видеть себя глазами других людей, то наш образ для нас самих будет туманен, потому что у нас нет в руках зеркала, в котором бы он отразился.

<...>

Эксперименты с человекообразными обезьянами показали, что социальный контакт действительно имеет большое значение для развития я-концепции. Гордон Гэллп сравнил поведение шимпанзе, выросших в нормальных семейных группах, и шимпанзе, изолированных от своих сородичей. Представителям и того и другого типа шимпанзе исследователи нанесли красную краску на бровь, затем шимпанзе поместили в одиночестве в комнате без зеркала. Психологи отмечали, насколько часто шимпанзе дотрагивались до помеченных краской, но невидимых для них брови и уха. Затем зеркало приносили в комнату. Теперь шимпанзе могли видеть свое отражение и свой новый «макияж». Социально опытные шимпанзе реагировали как человекообразные приматы (и люди) — они сразу же смотрелись в зеркало и рассматривали красные пятна у себя на голове. А социально изолированные шимпанзе не реагировали на свое отражение вообще — они не узнавали себя в зеркале. У приматов, так же как и у человеческих существ, социальное взаимодействие имеет решающее значение для развития их ощущения «я».

<...>

Теория социального сравнения

Мы приходим к пониманию самих себя, когда сравниваем себя с другими. Если вы попытаетесь определить свои чувства, черты своей личности и способности, то ценным источником могут быть для вас чувства, мысли и черты других людей. Предположим, например, мы дали вам тест, чтобы проверить вашу отзывчивость и решили выяснить, насколько вы хорошо вникаете в проблемы других людей. В тест входит чтение отрывков из автобиографий, прочитав их, вы должны сделать выводы о личных проблемах автора, если они у него есть. После того как вы заполнили тест, мы говорим вам, что у вас 35 очков. Что вы о себе узнаете? Немного, потому что вы не знаете, что значит «35 очков», Плохо это или хорошо? Предположим, мы сказали вам, что вся тестовая шкала содержит от 0 до 50 очков. А теперь что вам известно? Чуть больше, чем раньше, поскольку теперь вы знаете, что хотя вы и не набрали максимальное количество очков, но добрались до двух третей шкалы. И все-таки вы не располагаете почти никакой информацией, если не узнаете, как другие люди ответили на те же вопросы теста. Если мы сказали вам, что ваш сосед в группе набрал от 0 до 20 очков, вы бы, пожалуй, сказали «Здорово! Я действительно очень отзывчивый человек!» С другой стороны, у вас возникнет совершенно иное ощущение, если бы мы сказали вам, что все остальные набрали от 45 до 50 очков.

Этот пример иллюстрирует **теорию социального сравнения** Леона Фестингера. Согласно этой теории, человек узнает о своих способностях и установках, когда сравнивает себя с другими людьми. Эта теория отвечает на два важных вопроса: а) когда вы сравниваете себя с другими? б) с кем вы предпочитаете себя сравнивать? Мы сравниваем себя с другими, когда у нас нет никаких объективных стандартов, с которыми мы могли бы себя сравнить и когда наш собственный образ в какой-либо сфере кажется неопределенным. То есть, когда вы не уверены, насколько хорошо вы что-то делаете (допустим, свою работу) или что именно вы чувствуете, то начинаете наблюдать за другими и сравниваете себя с ними.

Что касается второго вопроса — «С кем бы вы себя сравнили?», — то недавнее исследование Дэниела Гилберта и его коллег дает нам довольно неожиданный ответ. Первоначальный импульс у человека, считают исследователи, сравнивать себя со всеми, кого он видит рядом. Это изначальное сравнение происходит быстро и автоматически. Быстро оценив свои поступки и действия других людей, мы затем оцениваем уместность данного сравнения — мы понимаем, что не все сравнения будут одинаково информативны.

Предположим, например, вы хотите узнать, насколько вы одаренный художник, и вообще, есть ли у вас художественные способности. Что покажется вам наиболее подходящим: сравнить себя с Пикассо, с

вашей четырехлетней сестрой или с коллегой-студентом по классу рисования? Неудивительно, что людям кажется наиболее информативным, когда они сравнивают себя с теми, у кого черты личности или склонности (например, любовь к рисованию) напоминают их собственные. Наблюдая за способностями ваших однокурсников, вы сможете оценить, насколько вы сами художественно одарены. Сравнивая себя с Пикассо, вы метите чересчур высоко; вы только разочаруетесь в себе, если, увлекшись рисованием, сразу станете сравнивать себя с великим художником.

Порой люди формируют **восходящее социальное сравнение**, когда сравнивают себя с теми, кто в той или иной степени лучше, чем они сами. Мы сравниваем себя с людьми, которые достигли большего, чем мы, чтобы определить, что для нас самое лучшее и наш идеал. И все же с точки зрения самопознания часто полезнее сравнивать себя с тем, кто на нас похож.

<...>

Мы сравниваем себя с другими не только для того, чтобы сконструировать точный образ себя. Когда мы пытаемся отстоять наличие у себя черты или склонности, очень важной для нас, мы, чтобы поддержать свое эго, используем социальное сравнение. Для вас очень важно поверить в то, что вы станете потрясающим художником? Тогда сравните себя с вашей маленькой сестрой — у вас те же склонности!

Аналогичное применение **нисходящего социального сравнения** — это стратегия защиты и расширения своего «я». Если вы сравните себя с людьми менее умными, талантливыми или даже больными, то сразу почувствуете себя легко и необыкновенно понравитесь самому себе. Так, Джоан Вуд, Шелли Тейлор и Розмари Лихтман привели пример нисходящего сравнения в интервью с больными раком. Многие больные спонтанно сравнивали себя с другими больными раком, которые гораздо хуже себя чувствовали, чем они сами, и это сравнение внушало им оптимизм. Они испытывали меньше страха перед собственной болезнью.

В итоге, с кем мы будем себя сравнивать, зависит от того, какую цель мы перед собой ставим. Когда мы хотим точно оценить наши способности и мнение, то сравниваем себя с людьми, похожими на нас. А когда нам нужна информация о том, к чему нам стремиться дальше, мы проводим восходящие социальные сравнения. Наконец, если наша цель — расширить границы своего «я», то мы сравниваем себя с менее счастливыми людьми и такое нисходящее сравнение возвеличивает в наших глазах наш собственный образ.

ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ: ТРАДИЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ¹

<...>

Последние два-три десятилетия развития социальной психологии оказались отмечены значительной актуализацией исследовательского интереса к вопросам личности. Во многом это было связано с появлением и бурным развитием относительно новой ее области — психологии социального познания. Ставя своей основной задачей анализ закономерностей, которым подчиняются понимание и интерпретация человеком окружающей социальной действительности, а также его адаптация к ней, социальная психология с необходимостью задала новые перспективы изучения традиционной проблемы «общественного животного». Все больший интерес исследователей к проблематике личности обуславливался также и объективной динамикой современного общественного развития. Высокий темп социальных изменений в различных областях общественной практики, нарастание количества ранее не возникавших, неопределенных социальных ситуаций, иными словами, та новая социальная реальность, которая сегодня уже традиционно определяется как социальная нестабильность, неминуемо предъявляют повышенные требования к ее субъекту в плане активности. Именно поэтому исследование процессов построения человеком своей социальной и личностной идентичности, формирования персональной системы ценностей, когнитивных механизмов, обеспечивающих индивидуальные стратегии поведения в изменяющихся социальных обстоятельствах, т.е. того, что в целом можно определить как активность личности в ходе социализации, составляет сегодня значительную часть социально-психологического знания.<...>

Закономерным следствием стала современная доминанта изменчивости в анализе личности. На смену идее адаптации человека к жесткой социальной структуре приходит пафос конструирования им себя самого и социального мира, а задачи прогноза социального поведения закономерно сменяются сомнениями в самой возможности подобного прогнозирования.

Именно такое представление о личности — принципиально изменчивой, постоянно активно конструирующей свой внутренний мир и мир социального взаимодействия, существующей как некоторая возможность — и доминирует сегодня в социальной психологии. Каковы же

¹ *Белинская Е. П.* Исследования личности: Традиции и перспективы // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С. 42–60.

современные реалии проблематики личности, рассмотренные с этой точки зрения?

Заметим сразу, что переход к подобному представлению о личности, несомненно, подготавливался всей «когнитивной революцией» в рамках социально-психологического знания. Знаменитый тезис Дж. Брунера о том, что люди имеют обыкновение выходить за пределы данной им информации, направил социальную психологию преимущественно в сторону анализа эндогенной детерминированности социально-психологических реалий. Естественно, что в максимальной степени эта логика отражалась в исследованиях различных личностных диспозиций (прежде всего, ценностей и идентификационных структур).

Соответствующие ей эмпирические факты столь множественны и разнообразны, что их невозможно пытаться представить в рамках данной статьи. Об открывшемся «веере возможностей» существующих направлений социально-психологических интерпретаций свидетельствуют и исследования избирательного отношения человека к влиянию культуры и «постколумбовские» исследования морального развития, доказывающие роль осознанного и добровольного поведения в процессе интернализации социальных влияний, и исследования когнитивных и поведенческих усилий человека в изменившихся и/или трудных ситуациях, свидетельствующие, что выбор той или иной стратегии «совладания» с ними определяется особенностями личностного ресурса человека. В максимальной степени эта логика анализа характерна сегодня для социально-психологических исследований «Я-концепции» и идентичности: представляется, что именно на этом предметном поле наиболее очевидна актуальная для современной социальной психологии смена парадигм.

Подобная «восприимчивость» данной проблематики к идущим в социальной психологии парадигмальным изменениям неслучайна. Объективная актуализация во всем мире целого ряда процессов, среди которых отмечаются и ускорение темпов социальной динамики, и преобразование старых, и возникновение новых социальных структур, и трансформация общественных идеалов и ценностей (особенно ярко проявляющаяся в нашей стране), предъявляет повышенные требования к человеку в плане его субъектности. Это касается и требований формирования новых моделей социального поведения, и конструирования персональной системы ценностей, но прежде всего это затрагивает самоконструирование идентификационных структур. Фактически существование личности в условиях социальных изменений можно приравнять к ее функционированию в ситуации неопределенности, когда основной задачей становится установление смысла и значения данной ситуации для себя лично с минимальной опорой на социальные предопределенности и с актуализацией всего личностного ресурса.

Неслучайным поэтому представляется все большее акцентирование в социально-психологических исследованиях личности мотивационного потенциала Я-структур.

Например, современные исследователи говорят о наличии у человека двух основных типов мотивов, связанных с «Я»: во-первых, мотива самоусиления, направляющего процесс реального взаимодействия с микросоциальным окружением в целях получения обратной связи и поддержки уже имеющихся представлений о себе; а во-вторых, мотива самопознания, направляющего «внутреннюю» активность субъекта и отражающего желание определенности в знании о себе, в том числе и за счет открытия в своем «Я» новых сторон. Сегодня эта «мотивационная» линия анализа фактически связывает разобщенные до того в социальной психологии исследования Я-концепции и идентичности.

Напомним, что при всей терминологической многозначности, общепринятой сегодня, является точка зрения, что идентичность есть результат активного процесса, сопровождающегося появлением у человека ощущения собственной непрерывности, тождественности и определенности вследствие принадлежности к некоторому надындивидуальному целому. Соответственно вопрос о трансформации идентификационных структур личности в ситуации неопределенности превращается в вопрос об изменении ее вышеперечисленных характеристик.

Прежде всего, влияние актуальной социальной неопределенности на идентичность нередко оценивается как имеющее для последней фатальное значение, превращающее ее, по меткому выражению Шоттера, в «термин избыточности номер один». В самом деле, фактическое отсутствие в современном обществе абсолютных, претендующих на универсальность целостностей, относительно которых человек мог бы обрести внутреннюю устойчивость, определенность, и, как следствие, большая личная свобода человека от ролевых «привязанностей» оборачиваются отсутствием самотождественности. В зависимости от уровня личного оптимизма исследователи склоняются к различным вариантам видения дальнейших следствий — от признания тотальности антропологического кризиса современности в силу принципиальной потери человеком своего подлинного «Я» до постулирования существования «лоскутной», «множественной» и т.п. идентичности.

Например, отмечается, что способность к легкому изменению своих идентификационных структур становится сегодня уже не психопатологией, а фактором психического здоровья: повседневная социальная прерывистость с необходимостью формирует субъекта, который легко меняет роли и соответствующие им идентичности. Более того, когнитивная и эмоциональная непереносимость человеком двойственности (своего рода нетолерантность к неопределенности в силу жесткой фиксации на конкретном наборе ролей) в некоторых концепциях рассмат-

ривается как дифференцирующий признак ряда психотических расстройств.

По сути, в оценке строящего свой «открытый проект идентичности» человека эпохи постмодерна сегодня для исследователей варьирует лишь элемент личной креативности: то ли он строит этот проект вынужденно, «по образу и подобию» противоречивой и сегментированной повседневности, то ли данные особенности повседневности заставляют его искать и/или создавать новые смыслы и новые социальные сети, становящиеся основой идентичности.

Итак, как же представлена сегодня проблема «множественной» идентичности в социальной психологии? Конкретное ее воплощение в определенной степени связано с доминирующим фокусом анализа: внимание преимущественно направленно на *механизмы* формирования идентификационных структур и на их *структурные особенности и содержание*.

Если обратиться к исследованиям принципов формирования идентификационных структур, то сегодня все чаще отмечается ведущая роль процесса самоверификации как механизма, противостоящего потенциальной множественности «Я» и опосредующего саму возможность возникновения новых представлений человека о себе. В основе этих взглядов лежит идея о том, что социальное взаимодействие всегда строится по линии редукции неопределенности. Руководствуясь этой логикой, мы скорее будем выбирать тех партнеров, которые видят нас так же, как мы сами видим себя, ведь только в этом случае наше взаимодействие с ними будет строиться по уже известным из прошлого опыта закономерностям. Интересно, что, согласно эмпирическим данным Суэнна, эта тенденция к самоусилению характерна не только для позитивных, но и для негативных самохарактеристик: иными словами, мы выбираем не только партнеров, которые видят в нас «хорошее», но и тех, кто подтверждает наши «плохие» представления о себе. При этом показано, что и в случае самоверификации положительных Я-представлений, и в случае самоусиления негативных аспектов «Я» мы стремимся к подтверждению только тех самохарактеристик, в которых максимально уверены. Иными словами, мотив самоусиления во взаимодействии определенно превагирует над мотивом самопознания (с субъективной точки зрения наибольшая опасность со стороны социального окружения «грозит» тем аспектам нашего «Я», про которые мы «все точно знаем», которые образуют наиболее «привычную и известную» часть Я-концепции), «блокируя» в определенной степени непомерное разрастание нашей «идентичности без границ».

Оригинальный подход к пониманию механизмов формирования идентичности в неопределенности представлен и в концепции одного из идеологов конструкционизма Р. Харре. С его точки зрения, глубинным проявлением субъектности в этой ситуации являются два вида «са-

моинтервенции»: 1) внимание и контроль над воздействиями (в том числе собственными мотивами и чувствами) и 2) изменение своего образа жизни. При этом в качестве возможных предпосылок субъектности в неопределенности выделяются два условия — способность репрезентировать более широкий спектр «возможных будущих», чем те, которые могут быть реализованы, и способность осуществить любое выбранное их подмножество, а также прервать любое начатое действие. Таким образом, акцент в анализе идентификационных структур в ситуации неопределенности делается не столько на их «множественности», сколько на «возможности», вероятности появления.

Если же в центре внимания исследователей оказывается преимущественно структурное разнообразие Я-представлений и само содержание «множественной» идентичности, то, как правило, в основе подобных точек зрения лежит определенная экзистенциальная трактовка «Я». Отмечается, что множественность «Я», понимаемая сегодня не только и не столько как следствие множества различных ролей, свойственных каждому человеку, а прежде всего как постоянная многомерность, децентрация «Я», обусловлена наличием у человека чувства исторической и психологической разобщенности, а также появлением множества новых культурных символов, общих для всего человечества.

Операциональная же разработка проблемы структурного разнообразия и множественности «Я» во многом оказалась связана с введением в активный научный обиход понятия «возможного Я». Предваряло его активное использование понятие «рабочая Я-концепция», определяемая как Я-концепция в данное время и в заданном социальном контексте взаимодействия, как часть общего репертуара «Я», актуализируемого на микро- и макросоциальном уровне. При этом очевидно, что какие-то рабочие Я-концепции реализуются чаще, какие-то — реже, и тем самым вопрос о стабильности/изменчивости личности в принципиально трансформирующемся социальном мире стал звучать как вопрос о *вероятности* появления той или иной частной «Я-концепции» в ситуации конкретного социального взаимодействия.

Именно эта идея «вероятности», определенной относительноности самопроявлений и обусловила появление категории «возможное Я». Согласно Х. Маркус и П. Нуриус, последнее является экстраполяцией нашей текущей рабочей «Я-концепции» на временную ось. Очевидно, что «возможных Я» может быть такое же неограниченное количество, как и рабочих «Я-концепций»; также понятно, что они могут быть как негативными, так и позитивными. В общем виде «возможные Я» — это наши воображаемые представления о том, чем мы можем стать в будущем (как «хорошие», так и «плохие»). В полном соответствии с характерным для нашего времени вниманием социальных психологов, работающих в личностной проблематике, к мотивационным основам «Я»

исследователи отмечают мотивирующую функцию как позитивных, так и негативных «возможных Я»: образ себя успешного в будущем или представление о себе как о потенциальном неудачнике «творят» реальный успех или неудачу.<...>

Идея самоконструирования (и, следовательно, наличие доминанты потенциальности в современных социально-психологических концепциях личности) распространяется и на исследования тех идентификационных структур, которые традиционно считались четко заданными, а именно социальной идентичности. В определенной степени это связано с тем, что социальные самоопределения личности (отражаемые в концепте социальной идентичности) феноменологически проявляются через наблюдаемые паттерны «решения проблем». В итоге сегодня в структуру «социального Я» включаются как прошлые, реализованные социальные самохарактеристики, так и прогнозируемые, будущие социальные выборы.

Примером подобного подхода является, например, концепция «возможной социальной идентичности» М. Синнирелла. Согласно данному автору, процесс построения человеком репертуара своих «возможных Я» неотделим от оценки степени той вероятности, с которой эти «возможности» будут реализовываться. При этом, как правило, человек исходит из оценки возможностей своей коммуникации, существующих у него образов своего ближайшего окружения, которое может «работать» как *pro*, так и *contra* различных «возможных Я». Таким образом, всегда существует своего рода «социальная подкладка» наших «возможных Я», и, следовательно, становится необходимым прояснить взаимосвязь между групповыми процессами и созданием «возможного Я»-репертуара.

Согласно Синнирелла, желание реализовать персональный полюс «возможного Я» актуализирует у человека представления о возможных стратегиях достижения определенной социальной идентичности, и, наоборот, представления о необходимости реализации социального полюса «возможного Я» могут изменить содержание персональных самохарактеристик. В итоге взятое в своей мотивирующей функции персональное «возможное Я» влияет на большинство элементов достигнутой социальной идентичности, а возможные социальные идентичности — на содержание актуальных представлений о себе.

Внутренняя связь социального и персонального полюсов возможных идентификационных структур выражается также и в том, что для осмысления их содержания человек использует сходные стратегии. Их направленность, по мнению Синнирелла, определяют два фактора: 1) общи закономерности атрибутивных процессов: как и потенциальная «осуществляемость» негативных «возможных Я», возникновение нежелательных возможных социальных идентичностей будет приписываться внешним обстоятельствам; 2) общая для когнитивных теорий идея согласованности различных когниций: социальные группы создают

разделяемые их членами «истории жизни группы», объединяющие прошлое, настоящее и будущее группы в согласованное представление, так и «возможное Я» отдельного человека, состоящее из «личных историй», имеет некоторую внутреннюю согласованность.

Что касается динамики социальных «возможных Я», то, опираясь на известное положение концепций А. Тэшфела и Дж. Тернера о стремлении к поддержанию позитивной социальной идентичности, М. Синнирелла постулирует наличие у человека желания поддерживать положительные образы прошлого и будущего «своей» группы, сохраняя тем самым определенное позитивное содержание социального полюса «возможных Я».

Таким образом, можно видеть, что своего рода общей линией в развитии исследовательских подходов к анализу различных аспектов идентификационных структур личности стал все больший переход от представлений об их содержательной и функциональной определенности к идеям их динамической изменчивости и неопределенности.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что развитие проблематики личности в социальной психологии всегда оказывалось тесно связанным с существующими вариациями понимания социальной личности в целом. Постепенное смещение ее трактовок от «жестких», внешних, ролевых к более «размытым», социокультурно заданным, множественным обуславливало и соответствующую динамику представлений о личности как социальном субъекте. Для социальной психологии это выражается в наличии фактически трех равноправных логик анализа «неуловимой» личности нашего времени: понимания ее неопределенности, во-первых, как следствия объективных изменений всей социальной реальности, идущих в том же направлении, во-вторых, как следствия парадигмальных изменений в самой социальной психологии, все более смещающих фокус исследовательского интереса к анализу перемен, и, в-третьих, как отражения объективных изменений личности самого нашего современника, все более теряющего свою социальную определенность и заданность.

В. С. Агеев

СОЦИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ ЛИЧНОСТИ¹

Как интегрируются в одном и том же человеке совершенно различные по своей природе паттерны личностного и безличного поведения?

¹ Агеев В. С. Социальная идентичность личности // В. С. Агеев. Межличностное взаимодействие: Социально-психологические проблемы. М.: Изд-во МГУ, 1990. С. 201–211.

Почему в одних случаях человек действует, чувствует и мыслит как уникальная неповторимая личность, а в других — тот же человек как унифицированная, тождественная другим, безличная частица некоторого целого? Как осуществляется выбор поведения, сдвиг от поведения межгруппового к межличностному, и наоборот?

<...> Один из вариантов решения этой проблемы предложен в уже неоднократно упоминавшейся нами теории социальной идентичности. Для решения этой проблемы наибольший интерес представляют самые поздние ее версии и, в частности, дискуссия о противоречивости, антагонизме межгрупповых и межличностных начал в человеке. Напомним те положения концепции, которые релевантны поставленной проблеме. Авторы определяют межгрупповое поведение как «...любое поведение, демонстрируемое одним или большим числом действующих лиц в отношении одного или большего числа других на основе идентификации действующих лиц (себя и других) как принадлежащих к различным социальным группам, или категориям». Такое определение помогает преодолеть ограниченность бихевиористско-индивидуалистических подходов, сводящих все формы поведения к межличностному. По мнению Тэджфела (1979), межличностные и межгрупповые формы взаимодействия представляют собой два полюса единого биполярного континуума, на котором можно расположить все возможные варианты социального поведения. Один полюс — взаимодействие, определяемое *полностью* межличностными отношениями и индивидуальными характеристиками участников и на которое не оказывает влияние принадлежность к разным социальным категориям. На другом полюсе — взаимодействие между людьми, *полностью* детерминированное их групповым членством и на которое не влияют их индивидуальные отношения и характеристики. В жизни крайние ситуации, приближающиеся к полюсам континуума, достаточно редки; в качестве примеров приближения к полюсам могут служить интимная беседа влюбленных, с одной стороны, и конфликт между полицейскими и пикетом забастовщиков — с другой. Типичным является поведение, находящееся где-то между указанными полюсами, с большим или меньшим приближением к одному из них (и соответственно удалением от другого).

В дальнейшем была предложена гипотеза для объяснения вариантов поведения, располагающихся на этом континууме. «Я-концепция» личности может быть представлена как когнитивная система, выполняющая роль регуляции поведения в соответствующих условиях. Она включает в себя две большие подсистемы: *личностную идентичность* и *социальную идентичность*. Первая относится к самоопределению в терминах физических, интеллектуальных и нравственных личностных черт. Вторая подсистема — социальная идентичность — складывается из отдель-

ных идентификаций и определяется принадлежностью человека к различным социальным категориям: расе, национальности, классу, полу и т.д. Наряду с личностной идентичностью социальная идентичность оказывается важным регулятором самосознания и социального поведения. <...> Важнейшие положения теории социальной идентичности формулируются в виде следующих постулатов:

1. Социальная идентичность складывается из тех аспектов образа «Я», которые вытекают из восприятия индивидом себя как члена определенных социальных групп (или категорий, как предпочитают обозначать их Тэджфел и Тэрнер). Так, например, в «Я-образ» может входить осознание себя как мужчины, европейца, англичанина, студента, представителя средних слоев общества, члена спортивной команды, молодежной организации и т.д.

2. Индивиды стремятся к сохранению или повышению своей самооценки, т.е. стремятся к положительному образу себя.

3. Социальные группы (или категории) и членство в них связаны с сопутствующей им положительной или отрицательной оценкой, существующей в обществе, следовательно, социальная идентичность может быть положительной или отрицательной. Например, на протяжении столетий принадлежность к мужскому полу ценилась выше, чем к женскому, аристократические слои общества — выше плебейских и т.д. В условиях современной Англии, где деление на классы в школе осуществляется по успехам в учебе и «способностям», восприятие себя учеником слабоуспевающего класса создает предпосылки для формирования негативной социальной идентичности.

4. Оценка собственной группы индивидом определяется взаимоотношениями с некоторыми другими группами через социальное сравнение ценностно значимых качеств и характеристик. Сравнение, результатом которого становится положительное отличие своей группы от чужой, порождает высокий престиж, отрицательное — низкий.

Из этих постулатов выводится ряд взаимосвязанных следствий.

1. Индивиды стремятся к достижению или сохранению позитивной социальной идентичности.

2. Позитивная социальная идентичность в большой степени основана на благоприятных сравнениях ингруппы и несколькими релевантными аутгруппами: ингруппа должна восприниматься как позитивно отличная от релевантных аутгрупп. Так, школьнику, воспринимающему себя членом своего класса (ингруппы), для формирования позитивной социальной идентичности необходимо осознавать, что его класс по каким-то параметрам (успеваемости, спортивным достижениям, дружеским отношениям и т.д.) лучше других классов (аутгрупп). При этом сравнение он будет делать не по вертикали (свой пятый класс с первым или

десятым), а по горизонтали (свой пятый с другими пятыми), так как именно эти возрастные группы релевантны его ингруппе.

3. Так как позитивная оценка своей группы возможна лишь как результат ее сравнения с другими группами, а для такого сравнения нужны отличительные черты, то члены группы стремятся дифференцировать, отделить свою группу от любых других групп. Особенно важна такая дифференциация для тех групп, которые не определены формально (как это бывает в случае школьного класса), но тем не менее реально существуют. Так, стремление некоторых групп молодежи отличаться от поколения «консервативных» взрослых зачастую приводит к нетрадиционным формам одежды, прически, образованию молодежного сленга и т.п.

4. Существуют по меньшей мере три класса переменных, которые оказывают влияние на межгрупповую дифференциацию в конкретных социальных ситуациях:

- индивиды должны осознавать принадлежность к группе как один из аспектов своей личности, субъективно идентифицировать себя с релевантной им группой. И если половая идентичность осознается, как правило, автоматически, уже в раннем детстве, то принадлежность, например, к социальному классу может не входить в «Я-образ» на протяжении всей жизни. В таком случае дифференциации и сравнения по классовому признаку (а также других форм поведения, связанных с классовой идентификацией) не происходит;
- социальная ситуация должна быть такой, чтобы имели место межгрупповые сравнения, которые дают возможность выбора и оценивания релевантных качеств. Не все межгрупповые различия имеют одинаковую значимость. Например, для больших групп в одной социальной ситуации наиболее значимым признаком является цвет кожи, в другой — язык, в третьей — исповедуемая вера, в четвертой — классовая принадлежность и т.д.;
- ингруппы не сравнивают себя с каждой мысленно доступной аутгруппой; аутгруппа должна восприниматься как релевантная для сравнения. Сходство групп, их близость и ситуационные особенности — вот некоторые из переменных, которые определяют сопоставимость с аутгруппой. Например, для жителей Латинской Америки маловероятно сравнение своей группы с народами Азии. Однако ситуация резко меняется, когда иммигранты из этих частей света сталкиваются друг с другом в Англии. Одинаковые судьбы, чисто территориальная близость и постоянная конкуренция — все это увеличивает вероятность сопоставления, сравнения друг с другом в поиске положительных отличий и, как следствие, стремление к ингрупповой обособленности.

5. Цель дифференциации — сохранить или достигнуть превосходства над аутгруппой по некоторым параметрам. Следовательно, любой акт дифференциации будет в значительной мере актом соперничества, которое требует сравнения и дифференциации по *значимым* признакам. В этих условиях можно предсказать возникновение межгруппового соперничества, которое может и не зависеть от «объективных» конкурентных взаимоотношений между группами. Так, в школах среди детских групп можно наблюдать непреходящее выяснение вопроса: чей класс лучше? Одни считают себя самыми дружными, другие — самыми сильными, третьи — самыми активными и т.д., хотя такое «соперничество» не дает никакой реальной выгоды и не имеет под собой никакой реальной основы, т.е. его цель — поиск позитивных отличий.

6. Когда социальная идентичность не удовлетворяет членов группы, они стремятся либо покинуть группу, к которой в данный момент принадлежат, и присоединиться к более высоко оцениваемой ими группе, либо сделать так, чтобы их настоящая группа стала позитивно отличной от других. О том, какими средствами достигается эта цель, будет рассказано ниже.

Таковы основные характеристики социальной идентичности, которая вместе с личностной идентичностью (осознаваемыми индивидуальными особенностями) образует единую когнитивную систему — «Я-концепцию». В целях приспособления к различным ситуациям «Я-концепция» регулирует поведение человека, делая более выраженным осознание либо социальной, либо личностной идентичности. Большая выраженность в самосознании социальной идентичности влечет за собой переход от межличностного поведения к межгрупповому. Основной чертой последнего является то, что оно контролируется восприятием себя и других с позиций принадлежности к социальным категориям. Как только на первый план в «Я-концепции» выходит социальная идентификация, личность начинает воспринимать себя и других членов своей группы как имеющих общие, типичные характеристики, которые и определяют группу как целое. Это ведет к акцентуации воспринимаемого сходства внутри группы и воспринимаемого различия между теми, кто относится к разным группам. <...>

Для доказательства основных положений концепции социальной идентичности Г. Тэджфелом, Дж. Тэрнером, их сотрудниками и последователями было проведено большое количество экспериментальных исследований. Так, например, одно из положений сводится к следующему: ситуация, которая делает более выраженной социальную идентичность, то есть чувство принадлежности к определенной группе, должна сдвигать поведение участников к межгрупповому полюсу континуума, к той точке, где практически исчезает разница между собой и другими членами ингруппы. Доказательством правильности такого

предположения служат, например, эксперименты Тэрнера (1978), в которых испытуемые, разделенные по условиям эксперимента на две группы, сами могли распределять денежное вознаграждение по окончании эксперимента между собой и другими испытуемыми. Оказалось, что когда условия взаимодействия, предшествовавшего распределению денег, сглаживали, затушевывали принадлежность участников к различным группам, то испытуемые старались извлечь из распределения вознаграждения максимальную выгоду для себя вне зависимости от того, кто выступал в качестве партнера по распределению награды — представитель ингруппы или аутгруппы, то есть наблюдался высокий уровень самопредпочтения. Если же групповое членство во взаимодействии было явно выраженным, акцентированным, самопредпочтение снижалось, когда потом надо было разделить вознаграждение между собой и членом ингруппы, и повышалось, когда партнером по дележу оказывался член другой группы. В условиях максимальной выраженности группового членства награда между собой и членами ингруппы делилась практически поровну.

Столкновение между межличностными и межгрупповыми установками может оканчиваться победой как тех, так и других. Например, в исследовании Брауна и Тэрнера (1979) от испытуемых требовалось оценить результат выполнения задания членами аутгруппы. Когда испытуемые не общались с другой группой, наблюдалось стремление обесценить, «забраковать» продукт члена аутгруппы. Однако введение в экспериментальную ситуацию непосредственного межгруппового контакта резко снижало уровень межгрупповой дискриминации. С другой стороны, межличностные отношения не являются единственной детерминантой поведения человека, и в определенных условиях межгрупповые установки берут верх даже над такими значимыми характеристиками межличностных отношений, как сходство или совпадение взглядов на действительность, а также личная привлекательность. Аллен и Уилдер (1975) манипулировали параметрами «сходство» и «различия» между взглядами испытуемого и членов ингруппы и аутгруппы (и в ту и в другую входили люди как с совпадающими, так и с отличающимися взглядами). Групповое членство оказалось в их эксперименте более важной детерминантой поведения, чем совпадение взглядов, и испытуемые отдавали предпочтение даже тем членам ингруппы, с которыми сами были не согласны. Подобные результаты были получены в эксперименте Хогга и Тэрнера (1985), где группы формировались с учетом личных симпатий и антипатий.

Развивая концепцию социальной идентичности, Дж. Стефенсон (1984) высказал точку зрения о *сосуществовании* одновременно в ситуации межличностных и межгрупповых отношений и необходимости изучения поведения с обеих позиций, так как развитие теории межгруппо-

вого поведения может быть чревато опасностью чрезмерно снизить роль межличностных параметров, как несколько раньше индивидуалистическая ориентация игнорировала роль групповых факторов. Он пришел к выводу о возможной независимости межгрупповых и межличностных отношений и попытался изменить биполярный континуум Тэджфела—Тэрнера на континуум с четырьмя полюсами: межгрупповые установки могут варьировать от низкой выраженности до высокой и в любой своей точке соотноситься с низкой или высокой выраженностью межличностных установок. Выраженное межгрупповое поведение может в одной и той же ситуации соседствовать с выраженными межличностными отношениями. Например, как было продемонстрировано в исследовании Морли, Стефенсона (1977), в переговорах между предпринимателями и руководителями профсоюзов крайне выражено межгрупповое поведение, но в зависимости от ситуации оно может сопровождаться высоким уровнем межличностных отношений (при непосредственном контакте) или низким (при обсуждении вопросов по телефону).

Однако это предположение находится в противоречии с наиболее поздней версией концепции Дж. Тэрнера (1985), существенным моментом которой является признание обратной связи между личностными и социальными уровнями самокатегоризации: актуализация *групповой идентичности* должна неизбежно «тормозить» установки и поведение, порождаемые *личностной идентичностью*, и наоборот, актуализация *личностной идентичности* подавляет «работу» и «эффекты» идентичности социальной.

Эта версия является развитием идеи межгруппового-межличностного континуума и включает в себя как основополагающую идею самокатегоризации, то есть когнитивного группирования себя с некоторым классом идентичных объектов (похожих, эквивалентных, взаимозаменяемых) в противовес некоторому другому классу объектов. Категории «Я-концепции» базируются, подобно любой категоризации, на восприятии внутригруппового сходства и межгруппового различия. Они организованы в иерархически классифицированную систему и существуют на разных уровнях абстрагирования: чем больший объем значений охватывает категория, тем выше уровень абстрагирования, и каждая категория включена в какую-то другую (высшую) категорию, если она не является самой высшей. Для социальной «Я-концепции» важны по крайней мере три уровня самокатегоризации:

- 1) высший уровень — категоризация себя как человеческого существа, обладающего общими чертами со всеми представителями человеческого вида, в отличие от других форм жизни и не-жизни;
- 2) промежуточный уровень — ингрупповая-аутгрупповая категоризация, основанная на сходстве или различии между людьми, оп-

ределяемыми как члены именно этих социальных групп, а не каких-то других;

- 3) низший уровень — личностная самокатегоризация, основанная на отличии себя как уникального индивида от других членов ин- группы.

Эти три уровня определяют человеческую, социальную и личностную идентичность и основаны соответственно на межвидовом, межгрупповом и межличностном сравнении себя с другими. Так как природа объекта выводится из его принадлежности к некоторому классу *на данном уровне* категоризации, то существует перцептивное «неприятие» сходства между классами, которое имеется на более высоком уровне, и различий внутри класса, которые имеются на более низком уровне. Иначе говоря, с позиции личностной категоризации (низший уровень) человек отказывается воспринимать *сходство* между группами (более высокий уровень категоризации) и соответственно сходство между собой и членами как «своей», так и «чужой» группы. Здесь господствует восприятие себя как уникальной личности. Однако с позиции социальной групповой идентичности (высокий уровень категоризации) не воспринимаются *различия*, имеющиеся на более низком — личностном — уровне, поэтому члены другой группы представляются сходными, неиндивидуализированными, а восприятие себя максимально сближается с восприятием членов своей группы. Таким образом, между выраженностью одного уровня самокатегоризации и другими уровнями существует функциональный антагонизм.

В этом и состоит противоречие концепции Тэрнера предположению Стефенсона, который допускает *рядоположенность* межгруппового и межличностного уровней отношений. По мнению Тэрнера (1985), между выраженностью личностного и социального уровней самокатегоризации существует обратная связь. Социальное самовосприятие имеет тенденцию варьировать в континууме от восприятия себя как уникальной личности (максимум разницы между собой и членами ин- группы) до восприятия себя как ин- групповой категории (максимум идентичности с членами своей группы и отличия от аутгрупповых членов). В средней точке континуума, где самовосприятие и локализуется в большинстве случаев, индивид воспринимает себя как умеренно отличающегося от членов ин- группы, которая в свою очередь умеренно отличается от всех других групп. Любые факторы, которые усиливают выраженность ин- групповой-аутгрупповой самокатегоризации, ведут к увеличению воспринимаемой идентичности между собой и членами ин- группы и, таким образом, *деперсонализируют* индивидуальное самовосприятие (поэтому Дж. Тэрнер и называет свой вариант теории «концепцией деперсонализации»). Деперсонализация относится к процессу «самостереотипиза-

ции», посредством которого люди больше воспринимают себя как взаимозаменяемые экземпляры социальной категории, чем как уникальные личности. Это, однако, не потеря индивидуальной идентичности и не растворение себя в группе в отличие от деиндивидуализации, а скорее изменение от личностной к социальной идентичности, функционирование самовосприятия на более высоком уровне абстракции. <...>

Развивающаяся в постоянной борьбе с бихевиористско-индивидуалистическими теориями традиция изучения межгрупповых отношений в когнитивной психологии настойчиво протестует против оценивания группового поведения как более примитивного, иррационального, против приписывания какой-то ущербности личности, выступающей в качестве члена группы, по сравнению с личностью самоактуализирующейся, имеющей возможность якобы ни от кого и ни от чего не зависеть.

Пафос концепции Тэджфела—Тэрнера и состоит в признании *необходимости* и *важности* межгрупповых отношений *наравне* с межличностными, а возможно, и на более высоком уровне приспособления людей к социальной деятельности. По мнению Тэрнера, как член группы индивид ничуть не хуже (выражаясь обыденным языком), а в некоторых ситуациях и лучше, чем как яркая, самобытная и ни на кого не похожая личность.

В споре между Дж. Стефенсоном и Дж. Тэрнером мы полностью согласны с позицией последнего, полагая, что личностные и групповые начала действительно находятся в обратных и даже реципрокных отношениях друг к другу. Более того, мы полагаем также, что в отношениях реципрокности находятся не только личностные и групповые идентичности человека, но и различные виды групповой же идентичности между собой. <...>

Е. П. Белинская

ПОНЯТИЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ¹

<...>

Как происходит становление человека в качестве субъекта социального мира? Каким образом дети осваивают социальные роли, нормы и ценности, приобретают навыки взаимодействия с другими людьми, получают знания об устройстве общества, в котором живут?

Вспомним известное утверждение Л. С. Выготского о том, что ребенок рождается уже социальным существом. Его принимают руки врача-

¹ *Белинская Е. П.* Социализация: Понятие, содержание, тенденции в анализе // Психология развития / Под ред. Т. Д. Марцинковской. М., 2004. С. 419–442.

акушера или повивальной бабки, но делают это так, как рекомендует накопленный к данному времени социальный опыт; над ним склоняется лицо матери, говорящей на определенном языке и ухаживающей за ним так, как принято на данный момент в данной культуре; ему дают имя, являющееся своего рода «социальным значком», позволяющим отличить его от других младенцев. Иными словами, ребенка изначально окружает взрослый, многообразный, сложно структурированный социальный мир. Мир того общества, полноправным членом которого ему еще только предстоит стать, но без которого он уже не может существовать и которое уже относится к нему как к своему потенциальному будущему.

Идет время, и отношения ребенка и этого общества меняются. Он овладевает действиями с предметами, в которых закреплён социальный способ их использования; мир его общения расширяется: кроме матери в него включаются другие взрослые и дети; он узнает о все большем количестве социальных ролей — водителя в троллейбусе, продавца и магазине, воспитательницы в детском саду и т.д.; у него начинают складываться первые представления о себе как о части этого социального мира — ребенке своих родителей, мальчике или девочке, члене детской группы, жителя того или иного города. Постепенно окружающий социальный мир открывается ребенку в системе существующих ролевых взаимозависимостей, правил социального поведения, культурных норм взаимодействия. Именно на основе освоения ребенком этот «поля» социокультурных норм и правил происходит дальнейший выбор между ними — формирование персональной ценностно-нормативной системы.

Таким образом, социальный мир всегда предоставляет ребенку некоторый спектр достаточно четко оформленных ценностно-нормативных моделей и образцов социального поведения. Собственно, именно вариативность этих моделей и образцов создает возможность дальнейшего субъектного выбора между ними. Однако усвоение ребенком социального опыта происходит не непосредственно, а в актах взаимодействия и общения со своим ближайшим окружением, особенно на начальных этапах социализации. Так родители «помогают» ребенку, с одной стороны, выступая трансляторами усваиваемых социальных моделей поведения (ведь именно от них растущий человек впервые слышит «можно» и «нельзя»), а с другой стороны, стараясь обеспечить наиболее полное удовлетворение тех потребностей, которые непосредственно определяют характер детской социализации: потребности в активных контактах, любви и безопасности.

Итак, в сложном, многоаспектном процессе социального развития ребенка можно выделить как минимум две грани.

Во-первых, процесс социального развития предполагает постепенную ориентировку ребенка в существующей на данный момент в обще-

стве системе социальных ролей. Она становится возможной прежде всего благодаря расширению социальных связей ребенка, а также в силу становления системы личностных смыслов, за которыми стоит ориентировка в системе предметных деятельностей, задаваемой обществом.

Во-вторых, формирование структур индивидуального самосознания связано с процессом социального самоопределения и становления социальной идентичности. Их основой становится постепенное включение взрослеющего человека во все более многочисленные социальные общности — те малые и большие социальные группы, в которых, собственно, и усваивается социальный опыт (семью, группу сверстников, этнические, религиозные, профессиональные и другие сообщества).

Иными словами, процесс социального развития личности, как процесс развития вообще, мыслится через взаимодействие личности с социальной средой. Именно для характеристики этого активного вхождения человека в систему социальных связей обычно и используется понятие *социализация*. Поэтому понятия «социализация» и «социальное развитие» в известной степени выступают как синонимы. <...>

В самой идее активности человека как социального существа заложена мысль о непрерывности хода социализации, о ее принципиальной незавершенности. Для акцентирования данной идеи иногда наряду с понятием «социализация» используется понятие «социализированность».

Социализированность понимается как соответствие человека социальным требованиям, предъявляемым к данному возрастному этапу, как наличие личностных и социально-психологических предпосылок, обеспечивающих нормативное поведение, или процесс социальной адаптации. В таком случае социализация выступает как более широкое понятие, включающее в себя кроме признаков социализированности готовность к переходу в новые ситуации социального развития. Тем самым, в отличие от социализированности, социализация, если ее операционализировать, подразумевает:

- способность к адекватному восприятию новых социальных требований;
- избирательное отношение к социальным воздействиям;
- низкую социальную ригидность;
- сформированность личностных предпосылок для выполнения задач следующего этапа социализации.

<...>

В последние два десятилетия активно используется термин *ресоциализация*. Впервые введенный американскими социальными психологами А. Кеннеди и Д. Кербером для обозначения процесса «вторичного» вхождения индивида в социальную среду в результате каких-либо «дефектов» социализации (ресоциализация освобожденных из мест лише-

ния свободы) или в результате смены социокультурного окружения (ресоциализация мигрантов), сегодня этот термин понимается достаточно широко и вне специфики субъектов процесса как осознанное изменение поведения человека в ситуации очевидного социального неуспеха. Центральной характеристикой социального поведения человека в процессе ресоциализации мыслится умение ориентироваться в непредвиденных социальных ситуациях. Естественно, что пути формирования данного умения понимаются исследователями по-разному в зависимости от собственных теоретических пристрастий.

Так, для бихевиористски ориентированных исследователей социализации основу поведения в социально неопределенной ситуации составляют те поведенческие модели, которые включают в себя основные элементы институциональных требований, т.е. человек начинает ориентироваться на модели-образцы более высокого уровня общности. <...> Для исследователей, тяготеющих к когнитивистской ориентации, ведущими факторами формирования умения действовать в неопределенной ситуации являются особенности когнитивной сферы человека: гибкость и дифференцированность «Я-концепции», внутренний локус контроля и т.п. Приверженцы же ролевых теорий личности отмечают, что процесс ресоциализации «запускается» не только осознанием объективной ситуации социального неуспеха, но и любым рассогласованием ролевых ожиданий, идущих от внешнего социального окружения, и «самоожиданий», что обычно оценивается как один из типов ролевого конфликта.<...>

Общие тенденции в анализе социализации

Три основных вопроса социального развития — о соотношении самодетерминации и внешних детерминант, нормативного и вариативного в его протекании, процессов воздействия и взаимодействия — в различной степени представлены в конкретных исследовательских подходах и концепциях и отражают некоторые общие тенденции при анализе социализации, характерные для двух последних десятилетий. <...>

Во-первых, все большее звучание приобретает утверждение идеи о принципиальной непрерывности процесса социализации. Социальное развитие имеет место от зачатия до смерти, определенная пластичность в усвоении социального опыта сохраняется на протяжении всего жизненного пути человека, разные процессы могут начинаться, продолжаться и заканчиваться в различные периоды жизни. Определенным отражением этой тенденции является все более частый выбор в качестве объекта изучения социализационных закономерностей не только детства и отрочества, но и других возрастных этапов. В результате проблема социализации сегодня неуклонно «мигрирует» из возрастано-психологического и психолого-педагогического научного «пространства» в

другие области психологического знания, нередко приобретая при этом все более «размытое» звучание.

Во-вторых, в настоящее время уже очевиден фактический отказ большинства исследователей от попыток создания общей теории социализации. В определенной степени этот факт отражает общий кризис теоретического психологического знания в целом и в этом смысле закономерен и неизбежен. Однако его следствием на уровне конкретных эмпирических исследований является создание различных частных моделей социализации — полоролевой, профессиональной, этнической, политической и др., для каждой из которых находятся собственные, нередко трудносопоставимые с другими «модусами» социализации, закономерности. Подобная множественность частных социализационных моделей при всем богатстве заключенной в них феноменологии неизбежно затрудняет какие-либо сквозные обобщения и операционализацию основных понятий.

В-третьих, в настоящее время наблюдается все большее расхождение двух основных исследовательских стратегий в изучении социализации: рассмотрение ее как процесса и как результата социального развития. Так, при анализе процессуальных особенностей социализации основное внимание исследователей сосредоточено на выделении этапов социализации, ее институтов и ведущих механизмов, а при изучении социализации преимущественно с точки зрения достигаемых результатов в центр исследовательских интересов ставятся те социально психологические и личностные особенности субъекта социализации, которые обеспечивают его нормативное функционирование (например, социально-психологическую адаптацию). Однако очевидно, что при всей «выигрышности» подобного разведения для конкретного эмпирического исследования оно не отражает психологическую реальность хода социализации, в котором две эти стороны неразрывно слиты.

Представляется необходимым также выделить некоторые общие положения.

1. Для подавляющего большинства современных концепций социализации (за исключением ряда наиболее ортодоксальных биогенетических теорий) тезис о ведущей роли социальной детерминации процесса становления и развития личности является бесспорным.

2. Значительно меньшее единодушие наблюдается при решении вопроса о соотносительном влиянии внешних (средовых) факторов развития и внутренних его детерминант (наличия тех или иных потребностей, мотивов, когнитивных переменных и пр.).

3. В различных концепциях акцептируются принципиально различные уровни социальной детерминации от межличностного влияния до социокультурных факторов развития.

4. Различные теории социализации акцентируют различные механизмы социализации: научение (бихевиористские модели), идентификацию

(психоаналитические концепции), социальное сравнение (интеракционистский подход) и социальную категоризацию (когнитивистские теории). Заметим, что в данном случае речь идет лишь о преимущественных акцентах, а не о «жесткой» привязанности. Так, в рамках конкретной теории некоторый базовый механизм может рассматриваться в весьма различных своих ипостасях (типичным примером тому служит концепция А. Бандуры) или же в ней может наблюдаться апелляция не к одному, а к нескольким механизмам (как, например, это можно видеть в когнитивистских моделях).

Заметим здесь же, что вопрос о каких-либо механизмах в целом — традиционно наиболее сложный и дискуссионный для психологии развития вообще и для исследований социального развития в частности, что связано с рядом причин различной степени общности.

Так, прежде всего, известная вариативность ответов на данный вопрос является следствием бесконечного разнообразия в понимании личности как некоторой «вершинной» точки развития человека. Отсутствие единой парадигмы, объединяющей всю палитру теоретических концепций личности (если таковая вообще может быть выстроена), задало исследователям максимально широкое поле возможностей для выбора любого функционально значимого аспекта изучения личности. Поведение, когниции, эмоции в равной степени фокусировали на себе внимание психологии личности и соответственно модифицировали возможные точки зрения на проблему механизмов ее развития.

В значительной мере множественность ответов на вопрос о механизмах социального развития связана также и с тем, что теории социализации, будучи в известной мере «привязаны» к общепсихологическим традициям изучения личности, наследуют их определенную спекулятивность: в том смысле, что они скорее являются результатом интерпретаций, а не точных измерительных процедур. В принципе в любом психологическом исследовании сам концепт механизма неизбежно представляет собой продукт некоторой реконструкции и смысловой интерпретации, а, например, не результат экспериментальной фиксации, но для исследований личности, в том числе ее социальной ипостаси, это справедливо в максимальной степени.

Наконец, следует заметить, что неопределенность и сложность теоретических трактовок механизмов социализации связана с самой историей становления и осмысления данной проблемной области в рамках социальной психологии. <...>

Содержание социализации

Представляется, что в многоаспектном процессе социализации можно выделить четыре грани.

Во-первых, акцент в анализе социализации может быть сделан на трансляции культурно задаваемых ценностей, моделей поведения, способов социальной категоризации и т.п. Социальное развитие личности в этом случае будет рассматриваться преимущественно как процесс **инкультурации**.

Во-вторых, процесс социализации может быть понят как процесс собственно усвоения, **интернализации** различных модусов социального опыта, и соответственно акцент в исследованиях будет сделан на механизмы этого усвоения и содержание усвоенного.

В-третьих, внимание может быть уделено преимущественно анализу возможных результатов социализации, и в данном случае речь скорее будет идти о социализации как **адаптации**.

Заметим, что все эти три грани социализации в целом отражают первую (условно, скажем, пассивную) сторону социализации: момент «вхождения» человека в общество. Вторая сторона социализации, отражающая момент активного воспроизводства человеком усвоенного социального опыта, традиционно значительно реже становилась предметом социально-психологических исследований, и лишь сегодня к ней реально обращено внимание ученых. Тем не менее для полноты картины необходимо, в-четвертых, выделить еще одну грань социализации: рассмотрение ее как процесса **конструирования**.

Естественно, что выделение этих четырех граней социализации весьма условно и отражает не столько ее реальную структуру (очевидно, что в реальности они неразрывно слиты между собой и не существуют изолированно), сколько возможные смысловые доминанты в ее анализе.

<...>

Социализация как инкультурация. Внимание исследователей к роли культуры в индивидуальном развитии связано с очевидным контрастом между разнообразием обычаев, верований, нравов разных народов (культурной вариативностью человечества) и определенной инвариантностью сущности человека. Как соотносятся параметры уникального (своей конкретной культуре) и всеобщего (своей культуре) в развитии индивида — вот тот вопрос, который задал кросс-культурный подход в анализе социализации.

В определяющем значении культуры для социальности человека легко убедиться: достаточно оказаться в ином культуральном окружении, просто столкнуться с другой культурой, как казавшиеся очевидными нормы социального поведения (от межличностной дистанции в общении до норм взаимопомощи, отношений доминирования/подчинения, способов разрешения конфликтных ситуаций) перестанут быть таковыми. Любая культура имплицитно несет в себе нормативный образ человека, существующий на уровне индивидуального и общественного сознания, ответ на вопросы о возможных и должных качествах личности.

Эти ответы могут быть довольно неструктурированы, но, как справедливо замечает И. С. Кон, именно они составляют ядро, стержневую ось так называемой наивной, обыденной, житейской психологии любого народа, нации или этнической группы.

Именно этот нормативный канон человека определяет особенности социализации в различных культурах: будет ли поддерживаться ее институтами активность или пассивность подрастающего человека, стремление к индивидуальному успеху или ориентация на коллективные достижения, интернальный или экстернальный локус контроля, множественность или структурная «собранность» «Я-концепции».

Таким образом, если в качестве ведущей задачи социализации выделить задачу межпоколенной трансмиссии культуры, т.е. задачу «передачи по наследству» от поколения к поколению всех свойственных конкретной культуре особенностей (от способов пеленания и времени отлучения от груди до представлений о смысле человеческого существования), то социализация может быть понята как процесс вхождения человека в культуру своего народа, а сам термин заменен понятием инкультурации.

Понятие инкультурации было введено в научный обиход американским культурантропологом М. Херсковицем. Он рассматривал культуру как созданную человеком часть среды, включающую знания, верования, искусство, обычаи. В процессе инкультурации, по его мнению, индивид осваивает присущие культуре миропонимание и поведение, в результате чего формируются его когнитивное, эмоциональное и поведенческое сходство с членами данной культуры в отличие от членов других культур. Процесс инкультурации начинается с момента рождения — с приобретения ребенком первых навыков и освоения речи, а заканчивается, можно сказать, со смертью. Он совершается по большей части не в специализированных институтах социализации, а под руководством старших на собственном опыте, т.е. происходит научение без специального обучения. Конечный результат процесса инкультурации — человек, компетентный в культуре (в языке, ритуалах, ценностях и т.п.).

Очевидно, что изучение процессов инкультурации «принадлежит» не только психологии с самого начала постановки данной проблемы и до настоящего времени исследование роли культуры в социальном развитии человека составляли предмет культурантропологии, этнографии, этнопсихологии, этнопедагогики.

Социализация как интернализация. Процесс социализации может быть рассмотрен и с точки зрения того содержания, которое заложено в социальном влиянии на личность, т.е. с точки зрения общих механизмов трансляции социального опыта: в этом случае социализация выступает как интернализация.

На сегодняшний день существуют две трактовки понятия интернализации: в широком смысле она понимается как синоним социализа-

ции, в узком — как ее частная вариативность, как совокупность мотивационных и когнитивных процессов, с помощью которых изначально внешние социальные требования становятся внутренними требованиями личности. Следует отметить, что, как правило, речь идет о двух основных модусах данного процесса: усвоении моделей поведения и усвоении социальных значений (символов, ценностей, установок).

В исследованиях, посвященных процессам интернализации поведенческих (в частности, ролевых) моделей, отмечается, что:

- интернализация ролей зависит от степени объективной и субъективной значимости самой модели (например, статуса значимого Другого, чье поведение служит моделью);
- успешность интернализации индивидом моделей поведения зависит от степени согласованности ожиданий его ближайшего социального окружения;
- межиндивидуальные различия процесса поведенческой интернализации редки или незначительны.

В исследованиях, обращающихся к изучению личностных диспозиций, выступающих как результат интернализации социальных требований, тоже можно выделить общие положения:

- интернализация социальных влияний, проявляющаяся в формировании личностных диспозиций, представляет собой многоуровневый процесс;
- данный модус интернализации является необратимым (усвоенные ценности, установки, моральные представления и пр. изменяются лишь при условии изменения внешних социальных обстоятельств);
- основным фактором успешности данного процесса выступает степень осознанности интернализуемых влияний.

Подчеркнем, что для понимания социализации как интернализации нехарактерна трактовка социального развития личности как процесса, жестко детерминированного социальным окружением. Современные исследования подчеркивают значение саморегуляции и самодетерминации в ходе интернализации, нередко рассматривая их как показатель личностной зрелости.

Социализация как адаптация. Для понимания социализации как адаптации характерен анализ социализационного процесса с точки зрения его возможных результатов, прежде всего формирования таких характеристик человека, которые обеспечивают его нормативное функционирование. Тем самым основным критерием в оценке социального развития личности становится ее социальная успешность. Эта проблема по-разному предстает в различных теоретических ориентациях. Так, в бихевиоризме социально-психологическая адаптация понимается как процесс, посредством которого достигается состояние социального рав-

новесия между индивидом и группой, как отсутствие конфликтных отношений человека с ближайшим социальным окружением.

Основное внимание психоаналитических концепций при анализе адаптации направлено на закономерности формирования и развития защитных механизмов личности, причем сам процесс адаптации рассматривается многоуровнево, а психологические защиты могут играть для личности как стабилизирующую, так и дестабилизирующую роль. Для интеракционистского подхода к анализу социально-психологической адаптации характерно ее рассмотрение как успешное выполнение личностью нормативного ролевого репертуара и умение разрешать возникающие ролевые конфликты.

По эмпирическим исследованиям социализации выделяются три ряда факторов, определяющих успешность адаптации. Это, во-первых, способность человека к изменению своих ценностных ориентации и «Я-концепции»; во-вторых, умение находить определенный «баланс» между своими ценностными ориентациями и социальной ролью; в-третьих, ориентация не на конкретные социальные требования, а на принятие универсальной системы ценностей.

В целом во всех исследованиях социализации с точки зрения развития адаптационных процессов явно или неявно присутствуют следующие общие положения:

- социализация понимается как конечный процесс: представление о возможности достижения некоторого конечного, адекватного социальной ситуации, уровня успешности остается неизменным;
- ход и содержание социализации представляются однозначно заданными социальными требованиями: так, в практике реальных исследований нередко игнорируются возможные расхождения социальных ожиданий разного уровня общности;
- социализация выступает как процесс, «обращенный назад», как реакция, следующая за изменениями социальной ситуации, между тем очевидна необходимость поиска тех характеристик личности, которые обеспечивают будущий успех, готовят человека к следующему этапу социализации.

Социализация как конструирование. Практически во всех определениях и подходах к социализации так или иначе содержатся указания на активную роль самого человека в данном процессе. Активность субъекта проявляется во многих сферах: в избирательном отношении к возможному ролевому репертуару и в способах разрешения ролевых конфликтов; в выборе той или иной стратегии «совладающего поведения» в трудных жизненных ситуациях и в способах самопрезентации; в приверженности определенной системе ценностей и в особенностях самокатегоризации. Однако довольно долго указания на вторую, активную, сторону процесса

социализации оставались лишь пожеланиями и практически не воплощались в реальной практике исследований. В итоге факторы, детерминирующие характер и поведение личности, и психические механизмы, посредством которых индивид усваивает разные влияния и социальные нормы, анализировались более глубоко, нежели собственная творческая активность, самосознание и процессы самоосуществления личности.

Интерес к субъективной реальности личности к смысловым образованиям, компонентам рефлексивного «Я», процессам построения образа социального мира и себя в нем активизировался в связи со стремительным развитием в последнее двадцатилетие когнитивистской ориентации, открывшей в исследованиях личности новые перспективы через анализ процессов социальной категоризации и самокатегоризации. Одновременно в социологическом анализе проблемы взаимоотношения личности и общества начинает доминировать интерпретативная парадигма, основным пафосом которой также является представление об активной роли индивида в ходе социализации: так, с этой точки зрения субъект социального действия не может быть жестко детерминирован социальными нормами в силу способности к их смысловой интерпретации. Современные приверженцы данной точки зрения утверждают роль человека как творца своего социального мира и соответственно не рассматривают несоответствие индивида требованиям общества как недостаток, требующий принудительного приспособления, а считают подобное рассогласование основным источником социальной динамики. <...>

Для конструкционистского подхода к социализации важны следующие два положения:

- реальность социального мира и реальность внутреннего мира личности суть реальности постоянно познаваемые, осмысляемые и интерпретируемые, и в этом смысле сотворенные;
- способность человека к функционально-смысловой интерпретации действительности связана с двумя особенностями его представлений о мире: имплицитной представленности в них «поля культуры» (нам не нужны специальные действия по идентификации объектов, если мы знаем их культурную функцию) и интенциональности (мы всегда способны представить себе объекты мира по-другому, не такими, какие они есть на самом деле).

Подобный подход позволил окончательно преодолеть традиции «жесткого» детерминизма в решении проблемы индивида и общества, что проявилось, в частности, в активном введении в анализ социализации категории *возможного* — как при рассмотрении социального поведения, так и при выделении структурных составляющих «Я-концепции» (например, возможной социальной идентичности).

<...>

А. Г. Асмолов, М. А. Ковальчук

О СООТНОШЕНИИ ПОНЯТИЯ УСТАНОВКИ В ОБЩЕЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ¹

Вопрос о механизмах регуляции социального поведения личности в последнее время привлекает к себе внимание представителей многих смежных дисциплин, в частности психологии, социальной психологии, социологии. Очевидно, естественным следствием такого междисциплинарного подхода к проблеме является некоторое сближение понятийных аппаратов тех теорий, которые пытаются внести свой вклад в решение проблемы.

Такое положение ставит вопрос о необходимости соотнесения понятий, используемых в различных теоретических подходах, так как нередко один и тот же термин, имеющий собственную семантическую традицию в рамках одного подхода, в новой концептуальной схеме наполняется новым содержанием.

В этом смысле понятие «социальная установка» не составляет исключения. Это выдвигает задачу соотнесения понятия установки в общей и социальной психологии. Перспективным путем к осознанию современного состояния проблемы установки вообще и проблемы соотнесения установки в общей и социальной психологии в частности является путь исследования становления этого понятия в истории психологии.

<...> Исследование социальных установок теснейшим образом связано с проблемой перехода от интерпсихологических к интрапсихологическим отношениям, поскольку само понятие «социальная установка» можно в какой-то мере рассматривать как зону перекреста между общей и социальной психологией. Напомним, что понятие «установка» приобрело право гражданства в исследованиях вюрцбургской школы. Однако, перекочевав в социальную психологию из экспериментальной психологии, оно, по сути, впервые получило свое позитивное определение. Дело в том, что в работах вюрцбургской школы исследование установок страдало одним методологическим недостатком, оставившим определенный след в развитии научного знания об установке. На основе исследований времени реакции, выполнения задач и т.д. были определены отдельные виды установок, что повлекло за собой распадение и исчезновение общего понятия установки.

Причину такой «слепоты» в понимании установки на заре экспериментальной психологии нетрудно понять. Представители эксперимен-

¹ *Асмолов А. Г., Ковальчук М. А. О соотношении понятия установки в общей и социальной психологии // Теоретические и методологические проблемы социальной психологии / Под ред. Г. М. Андреевой, Н. Н. Богомоловой. М., 1977. С. 143–163.*

тальной психологии в целях конкретных экспериментальных исследований отдельных психических функций расчленили явления психической реальности, и субъект оказывался вне их поля зрения.

В исследовании У. Томаса и Ф. Знанецкого социальная установка впервые была определена как *общее* состояние субъекта, обращенное на *ценность*, т.е. в отличие от использования понятия «установка» в экспериментальной психологии понятие социальной установки с момента своего введения подразумевает под установкой общее целостное состояние субъекта. Для представителей социальной психологии в качестве объекта исследования сразу же выступил человек во всей его целостности; отсюда и позитивное определение установки. Но при этом выигрыш правильности понимания установки как целостности обернулся проигрышем в «психологичности» содержания этого понятия. При переходе к социально-психологическому исследованию на первый план выдвигалась задача обоснования именно «социальности» социальных установок. Да и те области социальной практики, для объяснения которых в первую очередь привлекалось понятие социальной установки, требовали прежде всего изучения таких аспектов проблемы, как функции социальных установок, возможность изменения установок и т.д. Иначе говоря, ситуацию, сложившуюся в ходе изучения социальных установок, можно охарактеризовать следующим образом: подчинив себя компетенции социальной психологии, социальная установка до некоторой степени утратила свою «психологичность». Из поля внимания зарубежных психологов как бы выпало то, в какой форме социальная установка выступает для субъекта. Между тем в общей психологии развитие проблемы установки шло по линии исследования именно этого аспекта. Именно при таком положении дел, естественно, и встает вопрос о соотношении представлений о природе установки и ее функциях в общей и социальной психологии.

Существует множество попыток сопоставления понятий «установка» (*set*) и «социальная установка» (*attitude*). Остановимся на некоторых из них. В зарубежной экспериментальной психологии к одной из наиболее разработанных теорий установки относится когнитивная теория гипотез Дж. Брунера и Л. Постмана, в которой в интересующем нас плане наиболее значимым является анализ детерминант перцептивной готовности. В качестве одной из важнейших детерминант Брунер и Постман называют количество стимульной информации. Между стимульной информацией и гипотезой складываются следующие отношения:

1. Чем сильнее гипотеза, тем больше вероятность ее возбуждения и тем меньше релевантной и поддерживающей стимульной информации требуется, чтобы подкрепить гипотезу. Релевантная информация может быть как позитивной, так и негативной по отношению к гипотезе.

2. Чем слабее гипотеза, тем большее количество информации (релевантной и поддерживающей) необходимо, чтобы подкрепить гипотезу.

Чем сильнее гипотеза, тем большее, а чем она слабее, тем меньшее количество противоречивой стимульной информации необходимо, чтобы опровергнуть ее.

Другими детерминантами «стойкости» гипотез являются: частота подкрепления в прошлом, число конкурирующих гипотез, мотивационная поддержка, когнитивная поддержка и «согласие с группой». Механическое прибавление этого социального фактора к детерминантам установки (*set*) представляет собой один полюс решения проблемы соотношения «установки» и «социальной установки» — решение ценой полного игнорирования специфики социального.

На другом полюсе находится решение этой проблемы, предлагаемое некоторыми социальными психологами. Мы коснемся схемы человеческой активности, предложенной Гринвальдом. Не останавливаясь подробно на этой схеме, отметим, что она наглядно иллюстрирует необихевиористический подход к поведению. В ней представлены четыре блока: блок прошлого опыта, блок теоретических промежуточных процессов, блок установки и ее компонентов и блок поведения. Блок установки идет вслед за блоком теоретических промежуточных процессов, среди которых мы обнаруживаем и инструментальное научение, и классические условные рефлексы, и процесс познания. Такое решение вопроса о месте социальной установки в регуляции поведения может быть охарактеризовано как решение *по способу «надстраивания этажей»*: над этажом инструментальных рефлексов воздвигается этаж социальной установки. Критический анализ этой схемы дан Ш. А. Надирашвили, одним из представителей школы Д. Н. Узнадзе. Надирашвили справедливо отмечает, что ни инструментальное научение, ни условные рефлексы не могут быть осуществлены без наличия соответствующей установки. Но даже если мы предположим, что на этаже условных рефлексов действует, допустим, установка в форме так называемой психофизической установки индивида и тем самым выступает как основа любых промежуточных процессов, а сверху прибавляется этаж социальной установки, то мы все равно останемся в рамках решения по способу «надстраивания этажей». Такого рода решение не приближает нас к ответу на вопрос о соотношении «установки» и «социальной установки», а, напротив, уводит от его решения. Напомним, что именно так обошлась традиционная психология с проблемой высших психических функций, отдав, как отмечает Л. С. Выготский, «натуральные» функции детской психологии, а высшие психические функции — общей. Решение по способу «надстраивания этажей» оставляет в тени действительные отношения между установкой и социальной установкой, снимает проблему специфики каждого уровня, предлагая вместо ответа на вопрос механическое наложение одного на другое. Подобное решение узаконивает искусственный разрыв между социальной и общей психологией. Но как раз такое решение

мы и находим в основном в американской социальной психологии, в которой, по мнению П. Н. Шихирева, социальная установка (*attitude*) в том толковании, какое принято в американской социальной психологии, отличается от установки на психофизическом уровне (*set*) лишь дополнительной возможностью выражения — вербальным поведением». Поэтому схема Гринвальда, будучи модифицированной путем введения этажа психофизической готовности, не решает проблемы о соотношении установки и социальной установки. Критикуя необихевиористическую схему человеческой активности Гринвальда, Ш. А. Надирашвили поднимает один из вечных вопросов психологии установки — вопрос об отношениях между установкой и учением, установкой и деятельностью. Этот вопрос органически связан с единственной общепсихологической теорией установки, поставившей это понятие в самую основу учения о психическом — теорией установки, созданной классиком отечественной психологии Д. Н. Узнадзе. В социально-психологических исследованиях всегда упоминают теорию Узнадзе, когда речь заходит об установке. Но при этом иногда допускается неоправданное смешение ключевого понятия этой теории — понятия первичной установки с понятием социальной установки — несмотря на то что представители школы Узнадзе неоднократно выступали против такого смешения. Однако развести понятия первичной установки и социальной установки не удастся до тех пор, пока не будет решен вопрос об отношениях между установкой и деятельностью.

Представители школы Д. Н. Узнадзе в течение многих лет последовательно отстаивают идею о существовании первичной установки, предвещающей и определяющей развертывание любых форм психической активности (Ш. А. Надирашвили, А. С. Прангишвили, Ш. Н. Чхартишвили). Представители же деятельностного подхода (А. В. Запорожец, А. Н. Леонтьев, Д. Б. Эльконин) не менее последовательно отстаивают альтернативную позицию, которая может быть лаконично передана формулой: «Сначала было дело».

С нашей точки зрения, вопрос об отношениях между первичной установкой и деятельностью, несомненно, выиграет при переводе его на почву исторического анализа. Для того чтобы адекватно понять интересующее нас событие — появление теории установки Д. Н. Узнадзе, необходимо восстановить тот фон, на котором это событие произошло, в частности те моменты, которые необходимы для выявления задачи, приведшей к появлению теории установки Д. Н. Узнадзе.

На ранних этапах экспериментальной психологии факт установки (готовности к активности) проявлялся в самых разных областях психической реальности. В психофизике и исследованиях времени реакции он, будучи неким неконтролируемым фактором, искажал результаты измерений и порождал ошибки вроде ошибок «ожидания» (изменение

ответа испытуемого, вызванное предвосхищением изменения ощущения) и «привыкания» (тенденция испытуемого реагировать на появление нового стимула тем же способом, которым он реагировал на предшествующее предъявление стимула), изменение знака ошибки наблюдателя (ошибка запаздывания или упреждения при локализации движущегося объекта). В другой линии исследований установки — исследованиях иллюзий веса и объемно-весовой иллюзии — понятия установки или ожидания привлекались для описания (подчеркиваем, описания, а не объяснения) тех состояний испытуемого, которые всегда сопровождали проявления этих иллюзий.

Таким образом, в прошлом столетии отчетливо выявились два направления в исследовании проявлений установки, но ни в одном из них установка не становилась предметом специального анализа. В работах по психофизике она скорее воспринималась как артефакт, который старались элиминировать путем усовершенствования экспериментальной процедуры и статистической обработки результатов эксперимента; в исследованиях иллюзий и времени реакции психологи ограничивались лишь указанием на участие установки в возникновении иллюзий или даже усматривали в ней причину различного времени сенсорной и моторной реакции, но останавливались перед психологическим анализом этой причины или же сводили ее к периферическим реакциям мышечной преднастройке.

В начале XX в. проблема установки, как мы уже отмечали выше, стала предметом специального исследования в вюрцбургской школе, где понимание установки приобрело ряд особенностей. Во-первых, понятие установки здесь прочно срослось с понятием активности. Активность же рассматривалась вюрцбургцами в отвлечении от своего реального носителя, от субъекта. Во-вторых, установка (детерминирующая тенденция) впервые получила функциональное определение как фактор, направляющий и организующий протекание психических процессов, т.е. была предпринята попытка указать те реальные функции, которые установка выполняет в психических процессах. Тем самым был явно поставлен вопрос о соотношении между деятельностью и установкой. Однако этими крайне важными для понимания проблемы установки моментами и ограничилась в основном разработка этой проблемы в вюрцбургской школе. Понятие установки резко выпадало из строя понятий атомарной интроспективной психологии, внутренняя логика которой толкала психологов на поиски некоторой субстанции «установки» в психической реальности. Следуя «правилам игры» традиционной психологии, вюрцбургцы должны были бы найти и описать некий новый «атом», подобно тому, как они, ориентируясь на данные интроспективных отчетов, описывали ощущения, образы, чувства и т.д. Но испытуемые «отказывались» отнести установку к какому-либо из известных состояний сознания. Поэтому, например, К. Марбе, столкнувшись с проявлениями установки при

исследовании суждения, вынужден был добросовестно перечислить все психические процессы, заверяя, что установка есть «нечто», что не может быть отнесено ни к одному из этих процессов.

Поскольку реальность неоднократно наблюдаемых феноменов установки не вызывала сомнения, стало необходимым пересмотреть как концептуальную сетку, которой пользовалась традиционная психология, так и ее базовую идею, которые оказались непригодными для анализа обнаруженного феномена. Базовой идеей, молчаливо или явно признаваемой представителями традиционной психологии, была идея о том, что объективная действительность непосредственно и сразу влияет на сознательную психику и в этой непосредственной связи определяет ее деятельность». Д. Н. Узнадзе назвал эту идею «постулатом непосредственности».

Принимая осознанно или неосознанно этот постулат как исходную предпосылку экспериментального исследования, психолог оставался один на один с теми непреодолимыми трудностями, которые были обусловлены признанием постулата непосредственности и проявлялись в ошибках «ожидания» и «привыкания», в иллюзиях установки, в таинственной неуловимости установки посредством интроспекции и, наконец, в беспомощности попыток поместить установку в арсенал устоявшихся категорий традиционной психологии.

Признание постулата непосредственности определило и тот общий исторический факт, что представители традиционной психологии, ориентированные в своих исследованиях на переживания отдельного индивида, резко обособили сферу психической реальности от действительности и тем самым оказались в замкнутом круге сознания. Только пересмотр самого фундамента психологии мог устранить те препятствия, которые встали на ее пути, а такой пересмотр возможен лишь при выходе за сферу эмпирических фактов и обращении к методологическому анализу самих оснований психологической науки.

Этот шаг был сделан Д. Н. Узнадзе, который, дав методологический анализ фундамента атомарной интроспективной психологии, выделил постулат непосредственности, являющийся исходной предпосылкой всей традиционной психологии. Искусственность конструкций, вынуждающих мысль исследователя двигаться в замкнутом круге сознания, неадекватность подобного рассмотрения психики, обусловленная принятием постулата непосредственности, привели Д. Н. Узнадзе к постановке задачи о необходимости преодоления этого постулата, к идее о невозможности анализа сознания изнутри и, следовательно, к поиску такого опосредующего двухчленную схему анализа звена, которое само бы не принадлежало к категории явлений сознания. Ради решения задачи преодоления постулата непосредственности через категорию, не принадлежащую к сфере явлений сознания, Д. Н. Узнадзе и была создана теория установки.

Таким образом, перед Д. Н. Узнадзе встала в первую очередь задача принципиально методологического характера — задача анализа тех предпосылок, на которых зиждилось здание традиционной психологии. Это сразу же резко противопоставило в методологическом плане концепцию Узнадзе всем вариантам понимания установки. <...> Д. Н. Узнадзе пошел по пути преодоления постулата непосредственности через «подпсихическое» — через установку. Установка — это «...своего рода целостное отражение, на почве которого может возникнуть или созерцательное, или действенное отражение. Оно заключается в своеобразном налаживании, настройке субъекта, его готовности... к тому, чтобы в нем проявились именно те психические или моторные акты, которые обеспечат адекватное ситуации созерцательное или действенное отражение. Оно является, так сказать, **“установочным отражением”**. Содержание психики субъекта и вообще всего его поведения следует признать реализацией этой установки и, следовательно, вторичным явлением». Это определение, будучи взято само по себе, оставляет возможность неоднозначной его интерпретации. Какой смысл, например, вкладывает Д. Н. Узнадзе в термин «психическое», которое всегда вторично по отношению к установке? Что он имеет в виду, говоря о первичной установке? От решения этого вопроса зависит, вправе ли мы ставить знак тождества между первичной и социальной установками. Чтобы ответить на эти вопросы, достаточно восстановить задачу ученого и исторический контекст, выступавший как условие решения этой задачи.

Д. Н. Узнадзе, анализируя представления традиционной психологии, неоднократно подчеркивал, что ее представители отождествляли сознание и психику. Правда, Д.Н.Узнадзе упоминает о существовании направления, которое обращается к проблеме бессознательного, — о психоанализе З. Фрейда. Но, по справедливому мнению Д. Н. Узнадзе, концепция З. Фрейда ни в коей мере не *меняет* действительного положения вещей в картине представлений традиционной психологии, поскольку бессознательное у Фрейда — это негативно определенное сознательное. Рационализовав таким способом «бессознательное» в психоаналитической теории, Д. Н. Узнадзе устраняет любые возражения против своего тезиса. <...> Все это наталкивает нас на мысль, что, по-видимому, говоря о первичности установки по отношению к психике, Д. Н. Узнадзе подразумевал психику в смысле традиционной психологии, т.е. психику как явление сознания. Тогда становится понятной та страстность, с которой Д. Н. Узнадзе настаивает на положении о первичности установки. Ведь если бы установка была вторичной по отношению к психическому как сознательному, то ее введение ровным счетом ничего бы не дало для решения задачи преодоления постулата непосредственности. Дело поэтому, прежде всего не в том, обладает ли установка атрибутом осознанности или не обладает, а в том, может ли она быть принята в качестве первичной категории, т.е. категории, порождаю-

щей любые психические процессы, в том числе и бессознательные. Если да, то социальная установка, взятая в своей интрапсихической форме, выступила бы тогда по отношению к этой базовой категории как вторичный феномен, как порождение первичной установки. Из вышесказанного вытекает, что не может быть и речи о смешении первичной установки и социальной установки. Однако интересующий нас вопрос встает теперь в следующей форме: выступает ли в онтологическом плане первичная установка как категория, порождающая психические процессы, или же под «первичностью» в теории Д. Н. Узнадзе имеется в виду первичность по отношению к психическому как сознательному?

Понимание первичности является довольно спорным и требует более подробного обсуждения. Предположим, что установка первична по отношению к любым формам психической активности вообще и, следовательно, любые уровни деятельности являются производными от установки, ее реализацией.

Во-первых, тогда только искушенный наблюдатель сумеет отличить установку от тенденции, внутреннего желания, влечения и т.д. Признание установки «первичной» в этом смысле означало бы ее сведение исключительно к внутренней детерминации и нивелировало бы всякую разницу между установкой Д. Н. Узнадзе, «либидо» Фрейда и стремлением к совершенству, к могуществу Адлера, у которых человеческая деятельность и выступает лишь как реализация этих тенденций или влечений. Такое рассмотрение первичной установки, однако, вступает в явное противоречие с аксиоматическим положением Д. Н. Узнадзе о необходимости для возникновения установки такого условия, как ситуация.

Во-вторых, тогда исследователь при попытке решить вопрос об отношении между восприятием и установкой, деятельностью и установкой неминуемо попадет в заколдованный круг. Парадокс состоит в следующем: необходимыми условиями возникновения установки являются ситуация и потребность; ситуация только в том случае выступает как условие возникновения установки, если она воспринята субъектом, но любой акт восприятия, согласно теории Д. Н. Узнадзе, предполагает существование установки. Иными словами, для того чтобы возникла установка, должна быть отражена ситуация, но ситуация не может быть отражена без наличия установки. Д. Н. Узнадзе в качестве поиска выхода из этого замкнутого круга предлагает мысль о том, что установке предшествует акт «замечания», т.е. своеобразного неосознанного восприятия ситуации удовлетворения потребности. В современной психологии существование акта восприятия, афферентирующего поведенческий акт и не являющегося достоянием сознания, ни у кого не вызывает сомнения. Но вопрос в данном случае, как нам кажется, не столько в том, что конкретно понимал под «замечанием» Д. Н. Узнадзе, а в том, что, говоря о «замечании», Д. Н. Узнадзе имплицитно предполагает наличие активности, которая предшествует возникнове-

нию первичной установки. Отсюда можно сделать вывод о том, что у самого Д. Н. Узнадзе установка в действительности выводится из поведения, из того, что делает субъект, а не поведение из установки.

Если предложенная нами интерпретация содержания понятия «первичная установка» верна, то мы попытаемся определить то место, которое установка занимает внутри деятельности, опираясь на представления о деятельности, выработанные в советской психологии, в частности на теорию деятельности А. Н. Леонтьева. Нам представляется, что первичная установка в деятельности выполняет чрезвычайно важную роль, а именно: она направляет поисковую активность на предмет потребности, т.е. понятие первичной установки отражает в концептуальном аппарате теории деятельности акт «встречи» потребности с предметом потребности. С нашей точки зрения, первичная установка представляет не что иное, как момент в формировании фиксированной установки. Первичная установка существует до тех пор, пока не произойдет «встречи» с предметом потребности. Предмет же потребности — материальный или идеальный, чувственно воспринимаемый или данный только в представлениях, в мысленном плане — есть **мотив деятельности**.

Тогда функционально акт развертывания деятельности до первого удовлетворения потребности можно представить следующим образом: потребность > направленность поисковой активности на предмет потребности (первичная установка) > предмет потребности (мотив). Напомним, что, согласно теории деятельности А. Н. Леонтьева, для человеческой общественно опосредствованной деятельности является генетически исходным несоответствие мотивов и целей. Если же целеобразование по каким-либо объективным условиям невозможно, ни одно звено деятельности, адекватной мотиву, не может реализоваться, то данный мотив остается лишь потенциальным — *существующим в форме готовности, в форме установки*.

Итак, мы подошли к позитивному определению одной из форм социальной установки — социальной установки, возникающей в каком-либо виде деятельности. В социально-психологической литературе эту форму установки рассматривают как фактор формирования социального поведения личности, выступающий в форме *отношения* личности к условиям ее деятельности, к другим. Такое понимание представляется нам наиболее продуктивным. Эти отношения в своем генезисе не существуют изолированно от деятельности, как бы сами по себе, а реализуются деятельностью субъекта. Следует отметить, что давно высказывались положения об установке как об иерархической уровневой структуре, но разные уровни установки изучались изолированно друг от друга, поскольку установка рассматривалась вне деятельности и ее «образующих» — операции и действия. По-видимому, реализация операции осуществляется на основе ситуативной установки, т.е. готовности, возникающей посредством учета об-

становки, тех условий, в которых протекает действие. Наиболее детальный анализ этого иерархически самого низкого уровня готовности дан в представлениях типа вероятностного прогнозирования. На уровне действия установка существует в форме готовности к достижению цели и обычно вызывается задачей (*Aufgabe*). Первоначальный анализ этой формы установок дан в вюрцбургской школе, а также в работах Э. Брунсвика, посвященных исследованию влияния установок, созданных инструкцией, на константность восприятия. И наконец, на ведущем иерархическом уровне деятельности существует социальная установка, которая в своей интерпсихической форме есть не что иное, как *отношение мотива к цели*, которое существует только через *отношение к другим*. В своей же интрапсихической форме социальная установка выступает как личностный смысл, который и порождается отношением мотива к цели.

Мы можем представить себе воображаемую шкалу отношений между мотивом, социальной установкой и личностным смыслом. *На одном ее полюсе* мы обнаруживаем полное совпадение между социальной установкой и «значением», т.е. когнитивной образующей личностного смысла. Для иллюстрации этого типа отношений воспользуемся результатами исследования Бейвеласа о влиянии изменения установки на производительность труда в группе. У одной группы работников указание достичь высокой производительности труда мотивировалось экономической необходимостью, т.е. им задавалась «готовая цель»; другая группа работников активно участвовала в обсуждении задания и сама принимала цель: повысить производительность труда. В результате у первой группы — низкая производительность труда, а у второй — высокая производительность. В первой группе мотив имел побудительную функцию, был «только знаемым», а социальная установка выступила для сознания только своей когнитивной образующей, своим «значением»; во второй группе, где шел процесс целеобразования, мотив имел смыслообразующую функцию, и социальная установка выступила в форме «значения для меня», в форме личностного смысла. На другом полюсе шкалы отношений между социальной установкой и личностным смыслом располагаются те случаи, когда личностный смысл полностью заслоняет когнитивную образующую социальной установки, а на первом плане в сознании выступает аффективная образующая личностного смысла, которая и детерминирует выбор той или иной формы поведения.

Анализируя то, как социальные установки выступают для сознания в форме личностных смыслов, мы имплицитно перенесли на структуру личностных смыслов представления о трехкомпонентной структуре социальных установок, сложившиеся в социальной психологии. В свете описанного выше понимания интериоризированной социальной установки как личностного смысла особый интерес представляет вопрос о структуре социальных установок. При рассмотрении структуры соци-

альных установок стал традиционным так называемый трехкомпонентный анализ. Возможен еще один подход к этой проблеме. В своей обобщающей работе по изучению социальных установок В. Мак Гайр указывает, что этим вторым подходом является «инструментально-ценностный анализ». Сущность его заключается в том, что социальная установка рассматривается с точки зрения того, насколько ее объект способствует достижению целей субъекта. Для нас больший интерес представляет первый подход, тем более что представители второго из указанных двух подходов также имеют дело с тем или иным компонентом социальной установки.

Обычно в числе компонентов социальной установки называются следующие три: аффективный, когнитивный и конативный (поведенческий). Традиция выделения аналогичных трех планов человеческого поведения (*affect, cognition, conation*) восходит еще к древнеиндийской и античной философии. Что же касается социальных установок, то предположение об их многомерности было высказано довольно давно. Спор о том, следует ли рассматривать социальную установку как одномерную или многомерную переменную, на наш взгляд, нельзя считать решенным. Характерно в этом отношении замечание, высказанное Мак Гайром. Приведя обширные данные, говорящие в пользу наличия высокой внутренней корреляции между указанными тремя компонентами, Мак Гайр заключает: «Нам кажется, что ...теоретики, настаивающие на различии (компонентов. — А. А. и М. К.), вынуждены будут взвалить на себя бремя доказательства того, что различие это имеет смысл».

Однако практически большинство исследователей изучают тот или иной компонент (или то, что изучается, может быть в большей мере отнесено к одному из трех компонентов).

<...> Представления о трехкомпонентной структуре социальной установки позволяют обогатить наши знания о *личностном смысле* и тем самым о сокровенных механизмах регуляции социального поведения личности. При этом речь идет, конечно, не о простой констатации того факта, что социальная установка есть личностное образование, а о необходимости включения этого понятия в общую концептуальную схему регуляции поведения личности и тем самым вообще в понятийный аппарат исследования личности. Возможной перспективой решения этой проблемы является понимание социальной установки в ее интрапсихической форме как «личностного смысла». В зависимости от места мотива в иерархической системе мотивации на передний план в некоторых случаях выступают либо когнитивная, либо аффективная образующая личностного смысла и соответственно развертывается разное поведение личности. В этой связи встает множество вопросов о роли фиксированных социальных установок в выборе мотивов поведения, о возможности направленного изменения личностных смыслов через изменения социальных установок, о месте уста-

новки в процессе целеобразования, исследование которых представляет интерес как для общей, так и для социальной психологии.

Д. Майерс

ПОВЕДЕНИЕ И УСТАНОВКИ¹

Определяют ли установки поведение

<...>Проблема того, определяют ли установки поведение, вызывает к жизни основополагающий вопрос о природе человека: какая существует связь между тем, что у нас на душе, и тем, что мы творим в действительности? Философы, теологи и просветители в течение длительного времени рассуждали о связи между мыслью и действием, характером и поведением, личным миром и общественными делами. В основе большинства учений, советов и методик по детскому воспитанию лежит предпосылка, гласящая, что личные убеждения и чувства определяют наше общественное поведение. Поэтому, если мы хотим переделать образ действия людей, нам следует изменить их душу и образ мышления.

Неужели мы все лицемеры

В самом начале пути социальные психологи решили, что по установкам людей можно предсказать их поступки. Но в 1964 г. Леон Фестингер, которого некоторые считают самой значительной фигурой в области социальной психологии, пришел к выводу, что данные исследований не подтверждают гипотезу об изменении поведения в связи с появлением новых установок. Фестингер предположил, что связь установка—поведение действует совершенно противоположным образом. Наше поведение выполняет роль лошади, а установка — телеги. Новый удар предполагаемой власти установок был нанесен в 1969 г., когда социальный психолог Алан опубликовал результаты нескольких десятков научных исследований, охвативших широкий спектр установок и поведения самых разных людей, и сделал потрясающий вывод: едва ли по установкам, о которых говорят люди, можно предсказать вариации их поведения. <...>

Если люди поступают не так, как они говорят, не удивительно, что попытки изменить поведение путем перемены установок часто терпят крах. Предупреждения об опасности курения меньше всего влияют на реальных курильщиков. Постепенное осознание обществом того фак-

¹ *Майерс Д.* Поведение и установки // Д. Майерс. Социальная психология. СПб., 1997. С. 155–163, 176–194.

та, что демонстрация насилия по телевидению ведет к притуплению чувств и пробуждению жестокости, побудило многих выступить в открытую с требованием сократить показы подобных программ. И тем не менее они продолжают смотреть на телевизионные убийства так же часто, как раньше. Призывы быть внимательными на дорогах в меньшей степени повлияли на сокращение числа несчастных случаев, нежели ограничение скорости, разделение транспортных потоков и наказание за вождение машины в нетрезвом виде.

Когда Уикер и другие описывали слабость установок, некоторые личностные психологи заявляли, что черты личности также не способны прогнозировать поведение людей. Если нам надо знать, будет ли от человека толк, мы едва ли сможем установить это с помощью тестов на самооценку, тревожность и тенденцию к самозащите. Если ситуация не терпит отлагательства, лучше всего выяснить, как люди реагируют. Подобным же образом многие психотерапевты стали утверждать, что если говорить о психоанализе как о терапии, то он редко «излечивает» проблемы. Вместо анализа недостатков личности психоаналитики пытаются изменить проблему поведения.

В целом эволюционировавший взгляд на то, что определяет поведение, подчеркивал внешние социальные влияния и игнорировал внутреннее, такие как установки и личность. Перед глазами возникал образ маленьких бильярдных шаров, полосатых и разноцветных, по которым наносили удары внешние силы. Короче говоря, первоначальному тезису, что установки определяют поведение, в 1960-х гг. был найден антитезис, что установки на самом деле ничего не определяют. Тезис. Антитезис. А как насчет синтеза? Удивительное открытие того, что высказывания людей зачастую отличаются от их поступков, заставило социальных психологов спешно выяснять, в чем тут дело. <...>

Когда на самом деле установки предсказывают поведение

Мы иногда нарушаем свои ярко выраженные установки, потому что и они, и наше поведение подвержены другим влияниям. Один социальный психолог насчитал 40 различных факторов, осложняющих взаимосвязь установка — поведение. Если бы существовала возможность нейтрализовать постороннее влияние, могли бы мы при прочих равных условиях прогнозировать поведение, опираясь на установки? Давайте посмотрим. <...>

Уменьшение социальных влияний на выраженные установки

В отличие от врача, непосредственно исследующего сердце, у социальных психологов никогда не было возможности напрямую обратиться

ся к установкам. Мы их изучаем скорее всего по внешним проявлениям. Подобно другим образцам поведения, действия, выражающие установки, подвержены внешнему влиянию. Это наиболее наглядно проявилось в Палате представителей США, когда во время общего голосования ее члены подавляющим большинством голосов приняли решение о повышении своего жалования. Несколько минут спустя при поименном голосовании они прокатили тот же самый билль и тоже большинством голосов. Страх критики исказил подлинные чувства во время голосования по списку. Мы иногда говорим то, что, как нам кажется, другие хотят от нас услышать.

Зная, что люди не выворачивают душу наизнанку, социальные психологи давно жаждали отыскать к ней «путь». По этой причине Эдвард Джонс и Гарольд Сигалл для измерения установок разработали *метод мнимого источника информации*. В одном эксперименте, поставленном совместно с Ричардом Пейджем, Сигалл просил студентов Рочестерского университета держаться за заблокированное колесо, стрелка которого при деблокировании могла поворачиваться налево и направо, соответственно указывая на несогласие или согласие испытуемого. После наложения на руки студентов электродов мнимая машина якобы начинала измерять мельчайшие мышечные сокращения, которые заставляли колесо поворачиваться налево (показывая тем самым отрицательный ответ испытуемого) или направо (если ответ был положительным). Чтобы продемонстрировать работу этой удивительной машины, исследователь задавал студентам ряд вопросов. После нескольких минут ярких вспышек и гудения измерительный прибор на машине показывал установки испытуемого, которые на самом деле были не чем иным, как данными забытого всеми исследования. Опыт убедил всех.

Как только студенты поверили, что от этой машины нельзя скрыть свои мысли, и прибор, измеряющий установки, был спрятан, им стали задавать вопросы об их отношении к американцам африканского происхождения и просили угадать показания датчиков. Как вы думаете, что ответили эти белые студенты? По сравнению со студентами, отвечавшими на привычные опросники, они продемонстрировали более негативное отношение. В отличие от тех, кто заполнял письменные тесты и оценил чернокожих как более чувствительных по сравнению с другими американцами, студенты, участвовавшие в эксперименте по методу «мнимого источника информации», выразили совершенно противоположное мнение, словно полагая: «Я лучше скажу правду, иначе экспериментатор подумает, что я не в ладах с самим собой».

Такие открытия объясняют, почему люди, которых сначала убедили в том, что детектор лжи обмануть нельзя, могут затем сделать правдивое признание. Они также открывают глаза на то, почему так слаба связь установка—поведение: в условиях повседневной жизни, с которыми стал-

квиваются, например, магнаты табачной промышленности и политики, люди иногда выражают установки, которых сами не придерживаются.

Уменьшение других влияний на поведение

Социальные влияния окрашивают точно так же и другие поступки. Общественные воздействия могут быть огромными, огромными до такой степени, что побуждают людей совершать насилие над своими искренними глубокими убеждениями. До распятия Христа его ученик Петр отрекся от него. Помощники президента могут совершать поступки, которые они сами квалифицируют как ошибочные. Военнопленные могут лгать, чтобы расположить в свою пользу противника.

В любом случае нами движут не только наши внутренние установки, но и ситуация, с которой мы столкнулись. Может быть, усреднение большого количества случаев позволит нам более точно определить влияние наших установок? Предсказывать поведение людей — это все равно что предсказывать удар игрока в бейсболе. Исход любого отдельного периода в бейсболе почти невозможно предсказать, потому что он определяется не только отбивающим мяч, но и подающим, и случайными событиями. Однако, когда мы соберем в одно целое много случаев, мы нейтрализуем эти усложняющие факторы. Зная же игроков, мы в среднем можем предсказать, на что они способны во время игры.

<...> Это дает возможность определить принцип агрегации: воздействия установки на поведение становятся более очевидными, когда мы рассматриваем личность или поведение в целом, а не отдельные поступки.

Изучение установок, характерных для поведения

Наличие других условий повышает точность определения установок для предсказания поведения. Как подчеркивают Айзек Эйджен и Мартин Фишбейн, когда измеряемая установка является общей (например, отношение к азиатам), а поведение — очень специфичным (например, решение принимать или нет китайскую пару из исследования Ла Пьера), не следует ожидать точного совпадения слов и поступков. Действительно, продолжают Фишбейн и Эйджен, результатом 26 из 27 аналогичных научных исследований было: установки не предсказывают поведения. Но, как показали данные всех 26 исследований, которые удалось найти, установки реально предсказывали поведение, когда измеряемая переменная полностью соответствовала ситуации. Поэтому установки по отношению к общей концепции «нужно вести здоровый образ жизни» едва ли смогут предсказать конкретные упражнения и диету. Бегают ли люди трусцой или нет, скорее всего зависит от их собственного мнения относительно ценности и преимуществ занятия бегом.

Последующие исследования подтвердили, что специфические, относящиеся к делу установки действительно предсказывают поведение. <...>

Таким образом, мы выявили два условия, при которых установки будут предсказывать поведение: 1) когда мы сводим до минимума другие влияния на наши утверждения, отражающие установки, и наше поведение и 2) когда установка в точности соответствует изучаемому поведению. Существует и третье условие. Установка лучше предсказывает поведение, когда она является сильной.

Повышение силы установки

Наши установки зачастую спят, когда мы действуем автоматически, без остановки, не раздумывая. Мы поступаем согласно своему привычному шаблону, не задумываясь над тем, что делаем. Встречая знакомых, мы автоматически говорим «привет!» В ресторане на вопрос «Понравилась ли вам наша кухня?» мы отвечаем «Она просто чудесная!», даже если находим ее отвратительной. Такая бездумная реакция является адаптивной. Она дает возможность нашему уму заниматься другим делом. Как говорил философ Алфред Норт Уайтхед, «цивилизация продвигается вперед, расширяя число операций, которые мы можем осуществлять, даже не задумываясь».

Довести установки до сознания

При новой ситуации наше поведение становится не таким автоматическим. Шаблон исчезает. Мы думаем, прежде чем совершить поступок. А если призывать людей задумываться о своих установках до тех или иных действий, станут ли они честнее по отношению к самим себе? Марк Снайдер и Уильям Суонн решили найти ответ на этот вопрос. Итак, две недели спустя после того как 120 студентов университета штата Миннесота указали на свое отношение к политике решительных действий в области занятости, Снайдер и Суонн пригласили их присутствовать в жюри на слушании импровизированного дела о сексуальной дискриминации. Если им удавалось заставить студентов запомнить свои установки до вынесения приговора («в течение нескольких минут приведите в порядок свои мысли о проблеме решительных действий»), установки действительно предопределяли вердикт. Подобным же образом люди, хотя бы на несколько мгновений вспоминаявшие свое прежнее поведение, выражали установки, которые лучше предопределяли их будущее. Наши установки направляют наше поведение, если они приходят нам на ум.

Люди, осознающие самих себя, обычно ладят со своими собственными установками. Это наводит мысль на иной способ, с помощью которого экспериментаторы могут побудить людей сосредоточить внима-

ние на своих внутренних убеждениях: заставьте людей взглянуть на себя, даже если для этого понадобится посмотреть в зеркало. <...>

Эдвард Динер и Марк Уоллбом отмечают, что почти все студенты университета заявляют о моральной неприемлемости обмана. Но последуют ли они совету шекспировского Полония «быть искренним по отношению к самому себе»? Динер и Уоллбом дали студентам Вашингтонского университета задание (якобы тест на IQ) составлять анаграммы и закончить эту работу, как только в аудитории прозвонит звонок. Оставшись наедине, 71% студентов нарушали инструкцию и продолжали работать после звонка. Среди студентов, которые видели себя в зеркале (что заставляло их чувствовать свое собственное присутствие) и слышали свой собственный голос, записанный на магнитофон, сжульничало только 7%. Возникает вопрос: может быть, наличие зеркал в магазинах невольно заставит людей вспомнить об установке, гласящей, что красть — грешно?

Установки, как мы отмечали выше, подразумевают оценку. Установка — это связь, создаваемая нами, между объектом и его оценкой. Когда эта связь прочна, установка воспринимается — столкновение с объектом (например, лицом иной сексуальной ориентации) вызывает соответствующую установку. Для того чтобы усилить связь между двумя переменными, исследователям приходится напоминать испытуемым их установки (например, постоянно говорить им об их любви или ненависти к кому-нибудь). Чем чаще твердят об установке, тем более прочной становится нить между объектом и оценкой. И чем сильнее будет связь, тем легче ее воспринимать и тем сильнее становится установка любви — ненависти.

Впоследствии ситуации могут автоматически вызывать определенные установки. Наша бессознательная оценочная реакция на любимую или нелюбимую группу может повлиять на наше восприятие и интерпретацию событий и, следовательно, на наши поступки. Игра в баскетбол активизирует оценки болельщиков обеих команд, что спонтанно вызывает установки восприятия влияний — кто кого обманывает — и соответствующую реакцию на свистки судьи.

Сила установок, закрепленных опытом

В конце концов мы вырабатываем свои установки таким образом, что иногда они действуют, а иногда — нет. Множество экспериментов, проведенных Расселом Фацио и Марком Занна, показывают следующее: если установки являются результатом опыта, они, скорее всего, будут закреплены и начнут определять поступки. Невольным испытуемым в одном исследовании стал Корнельский университет. Сокращение ассигнований на строительство вынудило руководство учебного заведения разместить некоторых первокурсников на несколько недель в общих

спальнях, в то время как остальные студенты продолжали наслаждаться уютом и роскошью личных комнат.

Во время опроса, проведенного Денисом Реганом и Фацио, студенты обеих групп в равной степени отрицательно высказались и по поводу ситуации с жильем, и по поводу попыток администрации разрешить проблему. Когда студентам предоставили возможность поступать в соответствии с их установками — подписывать петиции и собирать подписи, вступать в комитет по изучению ситуации, писать письма, — только те, чьи установки были выработаны в результате непосредственного опыта, связанного с жилищным вопросом, приступили к делу. Более того, по сравнению с пассивно сформировавшимися установками, те, чьи установки прошли горнило испытаний, оказались более мыслящими, целеустремленными, уверенными, стойкими и восприимчивыми.

Некоторые выводы

Если суммировать все вышесказанное, можно сделать следующий вывод. Наши установки определяют наши поступки, если:

- другие влияния уменьшены;
- установка соответствует действию;
- установка сильна, потому что что-то напоминает нам о ней;
- потому что ситуация активизирует бессознательную установку, которая незаметно направляет наше восприятие событий и реакцию на них, или же потому, что мы поступили именно так, как было необходимо для усиления установки.

<...>

Почему поступки влияют на установки

Какие теории могут объяснить феномен «установки — следствие поведения»? Как спор этих конкурирующих идей иллюстрирует процесс научного объяснения?

Мы видели, что потоки различных экспериментальных данных сливаются и образуют реку под названием «влияние поступков на установки». Есть ли в этих наблюдениях рациональное зерно, дающее ответ на вопрос: почему поступки влияют на установки? Исследователи, работающие в области социальной психологии, приводят в качестве возможных ответов три теории. Согласно теории, мы по стратегическим причинам выражаем установки, которые представляют нас как последовательных личностей. Согласно теории *когнитивного диссонанса*, чтобы уменьшить дискомфорт, мы сами находим оправдания своим поступкам. Согласно теории *самовосприятия*, наши поступки — это саморазоблачение: когда мы не уверены в своих чувствах или убеждениях, то

обращаем внимание на свое поведение так же, как это сделали бы другие. Давайте рассмотрим каждую из этих теорий.

Самопрезентация: управление впечатлением

Первое объяснение рождается из самого простого вопроса: кого из нас не волнует, что о нас думают другие? Мы тратим огромные суммы на одежду, диету, косметику, даже пластическую хирургию только потому, что нас волнует, что думают о нас другие. Произвести хорошее впечатление — это зачастую означает добиться социального и материального успеха, почувствовать себя лучше и даже более твердо увериться в своей социальной идентичности.

Действительно, никто из нас не хочет выглядеть нелепо непоследовательными. Чтобы избежать этого, мы выражаем установки, которые соответствуют нашим поступкам. Чтобы казаться последовательными, мы можем даже симулировать установки, в которые на самом деле не верим. Конечно, это подразумевает некоторую неискренность или лицемерие, зато дает возможность произвести нужное впечатление. По крайней мере так говорит теория самопрезентации.

Мы видели, что люди действительно занимаются «управлением впечатлениями». Они будут подбирать слова, чтобы сделать вам приятное, а не обидеть. Иногда необходимо прибегнуть к методу «мнимого источника информации», чтобы выяснить истинное лицо. Более того, сообщения о своих неудачах (к примеру, о неправильных ответах во время тестирования на IQ) занимают у людей больше времени, чем разговор о своих успехах. Но это происходит только в том случае, когда сообщения можно идентифицировать, и поэтому люди боятся произвести плохое впечатление.

Для некоторых умение произвести хорошее впечатление является образом жизни. Постоянно отслеживая свое поведение и отмечая про себя реакцию других, они меняют свой образ действий, если он не производит в обществе ожидаемого эффекта. Те, у кого высокие оценки по шкале *самомониторинга* (например, те, кто соглашается с утверждением «я стараюсь быть именно таким, каким другие ожидают меня видеть»), ведут себя как социальные хамелеоны — они подстраивают свое поведение под внешние обстоятельства. Подгоняя свое поведение под ситуацию, они готовы полностью отдаваться установке, которой на самом деле не придерживаются. Чувствуя отношение других, они менее всего действуют в соответствии с собственными установками. Благодаря самоконтролю такие люди с легкостью адаптируются к новой работе, ролям и взаимоотношениям.

Те же, кто набирает низкий балл по шкале самоконтроля, меньше заботятся о том, что о них думают другие. Они больше руководствуются внутренним чувством и поэтому более склонны говорить и действовать в соответствии со своими внутренними чувствами или верой. Большинство же из нас находится где-то между полюсами вышеупомянутой шка-

лы — крайне высоким самоконтролем идеального артиста и крайне низким самоконтролем бесчувственного «чурбана».

Дает ли наше упорное стремление произвести впечатление ответ на вопрос, почему демонстрируемые установки изменяются вместе с поведением? До некоторой степени — да. Человеческие установки меняются гораздо в меньшей степени, когда «мнимый источник информации» удерживает людей от стремления произвести хорошее впечатление. Более того, самопрезентация включает в себя не только стремление произвести на других впечатление, но, кроме того, демонстрацию наших мыслей и характера.

Но кроме этого существует нечто, имеющее еще большее отношение к рассмотренным нами изменениям установок, нежели самопрезентация, ибо люди выражают свои новые установки даже тем, кто не знает, как они вели себя раньше. (Нет необходимости демонстрировать последовательность установок, когда разговор идет с лицом, которое и не подозревает о вашем поведении.) Две другие теории объясняют, почему иногда люди интернализуют свою самопрезентацию как изменение своей подлинной установки.

Оправдание самого себя: когнитивный диссонанс

Суть одной из рассматриваемых теорий состоит в следующем: наши установки изменяются потому, что мы вынуждены поддерживать согласованность между нашими знаниями. Таков смысл теории когнитивного диссонанса Леона Фестингера. Она проста в изложении, но область ее применения огромна. Согласно теории, мы чувствуем напряжение («диссонанс»), когда две мысли или два убеждения («когниции») психологически несовместимы. Подобное происходит, когда мы решаемся сказать или сделать то, в отношении чего у нас смешанные чувства. Фестингер утверждает, что для уменьшения неприятного ощущения мы зачастую приспособливаем наше мышление.

Теория диссонанса главным образом имеет отношение к расхождениям между поведением и установками. Мы осознаем и то и другое. То есть если чувствуем непоследовательность, у нас появляется ощущение необходимости перемен. Это дает нам возможность объяснить, почему курильщики оправдывают курение и почему, как отмечается в одном британском исследовании, половина любителей сигарет не согласилась с некурящими, которые почти полностью разделили мнение, что курение «действительно так опасно, как об этом говорят». Таким образом, если мы сможем уговорить других принять новую установку, их поведение соответственно будет изменяться. Таков здравый смысл. Или если мы сможем заставить людей вести себя иным образом, их установка изменится (это эффект самоубеждения, который мы уже рассматривали).

Но теория когнитивного диссонанса дает несколько удивительных прогнозов. Возможно, вы сами можете догадаться о них.

Недостаточное оправдание

Представьте себе, что вы принимаете участие в знаменитом эксперименте, поставленном изобретательным Фестингером и его учеником Дж. Мерилл Карлсмитом. В течение часа вас просят выполнять какую-нибудь бессмысленную работу, скажем, без конца поворачивать деревянные дверные ручки. Когда время истекает, экспериментатор (Карлсмит) говорит, что цель исследования — изучение проблемы влияния ожиданий на исполнение. Следующий испытуемый, стоящий за дверью, должен быть убежден в том, что его ожидает интересный эксперимент. Кажущийся обезумевшим экспериментатор (которого Фестингер инструктировал в течение многих часов, пока все полностью не уложилось в его сознании) объясняет, что ассистент, который обычно создает эти ожидания, не смог выполнить свою работу. Ломая руки, он с мольбой восклицает: «Не сможете ли вы заменить его?»

Вам говорят, что это необходимо для науки и вам заплатят, поэтому вы соглашаетесь рассказать следующему участнику (который на самом деле является настоящим ассистентом экспериментатора) о том, в каком интересном эксперименте вы только что участвовали. «Неужели? — спрашивает потенциальный участник эксперимента. — Моя подруга была здесь неделю назад и сказала, что опыт ужасно скучный». — «О, нет, нет! Он очень интересный, — заявляете вы. — Вы немного поупражняетесь, поворачивая некоторые ручки. Уверен, что вы получите удовольствие». В конце концов кто-нибудь еще, изучающий реакцию людей на эксперименты, просит вас заполнить опросник, в котором спрашивается, получили ли вы удовольствие от эксперимента с дверными ручками. А теперь прогноз: в каком случае вы скорее всего поверите в свою маленькую ложь и скажете, что эксперимент был действительно интересным? Когда вам заплатили за это 1 доллар, как некоторым участникам эксперимента? Или же когда вам великодушно выделили 20 долларов, как другим? В противовес всеобщему мнению, что хорошее вознаграждение приводит к лучшим результатам, Фестингер и Карлсмит выдвинули оскорбительную гипотезу: те, кому заплатили 1 доллар, скорее всего, будут подгонять установки под свои действия. Имея *недостаточное оправдание* для своих действий, они испытают больший дискомфорт (диссонанс) и, следовательно, будут иметь больший мотив поверить в то, что сделали. Те же, кому заплатили 20 долларов, получили достаточное оправдание своим действиям, и, следовательно, они испытают меньший диссонанс. <...>

В десятках экспериментов, проведенных позднее, эффект «установки — следствие поведения» оказывался наиболее сильным в том случае,

если люди чувствовали возможность некоторого выбора или если последствия действий можно было предвидеть. <...>

Ранее мы отмечали, как принцип «недостаточного оправдания» проявляет себя, когда дело касается наказания. Дети с большей вероятностью усваивали просьбу не играть с интересной игрушкой, если им грозили не слишком суровым наказанием, что недостаточно оправдывало их согласие. <...> Обратите внимание, теория когнитивного диссонанса концентрируется на том, что вызывает желаемое действие, а не на относительной эффективности вознаграждения или наказания, следующего после этого действия.

Такой скрытый смысл теории диссонанса привел к тому, что некоторые стали рассматривать ее как интеграцию гуманистических и научных перспектив. Авторитарное управление будет эффективным, предсказывает теория, только в случае присутствия авторитета, потому что люди не склонны к интернализации вынужденного поведения. <...> Теория диссонанса настаивает на том, что поощрения и стимулы должны быть достаточно велики, чтобы вызвать желаемое действие. Но она считает, что руководители, учителя и родители должны использовать только вполне достаточные побудительные мотивы, чтобы вызвать желаемое поведение.

Диссонанс после принятия решений

Акцент на сознательном выборе и ответственности означает, что решение вызывает диссонанс. Когда нам предстоит принять важное решение — в какой поступать колледж, кому назначить свидание, на какую устроиться работу, мы иногда разрываемся между двумя в равной степени привлекательными альтернативами. <...>

После принятия важных решений мы обычно ослабляем диссонанс, свыкаясь с выбранной альтернативой и забывая о том, что отклонили. В первых опубликованных результатах своего эксперимента по исследованию диссонанса Джек Брем рассказывает о том, как попросил студенток Миннесотского университета дать оценку восьми вещам типа тостера, радиоприемника и фена. Затем Брем показал студенткам два предмета, которые они внимательно осмотрели, и сказал, что им разрешается взять себе любой на выбор. Позднее, когда эти студентки давали повторную оценку восьми предметам, они с большей похвалой отзывались о выбранном ими изделии и с меньшей — об отклоненном. Похоже, что, когда мы сделали свой выбор, трава по другую сторону забора от этого не становится зеленое.

Когда дело касается простых решений, эффект «решение становится убеждением» может проявиться очень быстро. Роберт Нокс и Джеймс Инкстер обнаружили, что игроки на ипподроме, которые только что сделали ставку на какую-нибудь лошадь, чувствуют большую уверенность в

своем выборе, чем те, кто еще только собирается это сделать. За несколько мгновений, прошедших между стоянием в очереди и отходом от окошка тотализатора, ничего не изменилось, за исключением того, что принято решение, и человек испытывает иные чувства. Решившиеся участвовать в азартной игре во время карнавала испытывают большую уверенность в своей победе, чем до принятия решения. И принимающий участие в голосовании проявляет большее уважение к своему кандидату и уверенность в его победе сразу же после голосования, чем до него. <...>

Эти эксперименты и примеры показывают, что как только решение принято, оно создает собственные опоры для поддержки — причины, которыми мы оправдываем его целесообразность. Зачастую этот новый фундамент настолько силен, что, если изымается его часть, пусть даже основополагающая, решение все равно не будет отменено. Элисон решает, что поедет домой, если будет возможность купить билет дешевле 400 долларов. Такая возможность есть, поэтому она бронирует билет и начинает думать о других причинах своей радости по поводу отъезда домой.

Когда она отправляется выкупать билет, оказывается, что его цена поднялась до 475 долларов. Тем не менее она полна решимости отправиться в путь. Как и в случае с продавцом машин, людям, по словам Роберта Чальдини, никогда не приходит в голову мысль, что дополнительные причины, возможно, никогда бы не появились, если бы сперва уже не был сделан выбор.

Самовосприятие

Хотя теория диссонанса породила множество научных исследований, есть еще более простая теория, объясняющая эти явления. Посмотрите, каким образом мы делаем заключения об установках других людей. Мы наблюдаем за действиями человека в определенных ситуациях и приписываем поведение либо личностным чертам и установкам, либо относим его на счет внешних обстоятельств. Если мы видим, что родители заставляют маленькую Сюзи просить прощения, ее сопротивление мы приписываем ситуации, а не личному чувству вины малышки. Если же мы видим, что Сюзи извиняется без внешних побуждений, мы относим извинение на счет самой Сюзи.

Теория самовосприятия, предложенная Дарилом Бемом в 1972 г., исходит из того, что мы делаем подобные заключения, когда отслеживаем собственное поведение. Когда наши установки слабы или неопределенны, мы находимся в положении человека, наблюдающего за своим поведением со стороны. Так же, как мы рассматриваем установки людей, пристально вглядываясь в их действия, когда они вольны в выборе своего поведения, мы оцениваем и собственные установки. Слушая свою речь, я получаю информацию о своих установках; рассматривая совер-

шаемые мною действия, я получаю ключ к пониманию того, насколько сильны мои убеждения. Это в особенности характерно для тех случаев, когда я не могу с легкостью приписать свое поведение внешним обстоятельствам. Действия, которые мы совершаем без всякого принуждения, говорят сами за себя. <...>

Вы, возможно, скептически отнесетесь к эффекту самовосприятия. Лично у меня была именно такая реакция, когда я о нем услышал. Однако эксперименты по наблюдению за выражением лица наводят на мысль, что этот эффект действительно существует. Когда Джеймс Лэрд заставлял университетских студентов хмуриться посредством наложения электродов на лица — «коснитесь этих мускулов», «сведите брови вместе», — они сообщили о том, что испытывают чувство злости. Более интересна другая находка Лэрда. Студенты, которых просили улыбнуться, чувствовали себя более счастливыми, а предъявленные карикатуры они находили более смешными.

Нам всем знакомо это явление. Допустим, мы раздражены, но вот звонит телефон или кто-то входит в комнату, и наше поведение тотчас становится теплым, вежливым. «Как дела?» — «Спасибо, просто прекрасно. А у вас?» — «О, неплохо...» Если вы не пребываете в сильном раздражении, этот теплый обмен любезностями может полностью изменить вашу установку. Трудно улыбаться и злиться одновременно. Когда «Мисс Америка» излучает улыбку, она в конце концов помогает себе почувствовать себя счастливой. Как подчеркивают Роджерс и Хаммерштейн, когда нам плохо, мы начинаем весело насвистывать. Действия могут вызвать эмоции.

Этот эффект иногда находит отражение и в дальнейшем поведении. После того как людей во время интервью стимулировали к общительной и непринужденной манере разговора, бывшая самопрезентация может перерасти во внутреннюю установку к более свободному общению и в соответственное социальное поведение. Действуйте, как будто от вас исходит энергия, и вы сможете стать таковым.

Даже походка может влиять на наше самочувствие. Когда вы закончите читать эту главу, встаньте и минуту походите мелкими семенящими шажками, уставившись себе под ноги, и сразу же почувствуете себя подавленно. «Просидите целый день в хандре, повздыхайте, отвечайте на все вопросы с тоской в голосе, и ваша меланхолия усилится», — заметил Уильям Джеймс. Желаете почувствовать себя лучше? Походите минуту широкими шагами, размахивая руками, устремив взгляд прямо перед собой. Чувствуете разницу?

Если выражение нашего лица влияет на наши чувства, не означает ли это, что имитация поступков других поможет нам познать их ощущения? Эксперимент, поставленный Катрин Бернз Бонн и Джоном Ланцетта, утверждает: «да, поможет». Экспериментаторы попросили студентов Дарт-

мутского колледжа наблюдать за человеком, испытавшим шок от удара электрическим током. Далее они просили некоторых испытуемых изобразить реакцию боли в тот момент, когда человек получает удар током. Если, как предполагали Фрейд и другие, выражение эмоции позволит нам освободиться от нее, то выражение боли должно привести к внутреннему успокоению. В действительности же, по сравнению с теми, кто не принимал участия в этом спектакле, гримасничавшие студенты больше потели, у них учащалось сердцебиение, когда они видели, как человека ударило током. Изображение эмоций другого лица позволило участникам почувствовать большую эмпатию. Вывод: чтобы понять, что чувствуют другие, посмотрите в зеркало и сделайте такую же физиономию.

На самом деле едва ли есть необходимость выполнять это. Наблюдая за лицами и позами других, прислушиваясь к их голосам, мы совершенно естественно и бессознательно имитируем их сиюминутные реакции. Мы синхронизируем свои движения, позы и тон голоса с их движениями, позами и тоном голоса. Это помогает нам почувствовать их ощущения, испытать «эмоциональное заражение», помогает объяснить, почему так приятно быть среди счастливых людей и неприятно — среди несчастных.

Выражение лица также влияет на наши установки. В своем блестящем эксперименте Гэри Уэллс и Ричард Петти заставляли студентов университета канадской провинции Альберта «проверять работу наушников», слушая диктора радио и качая головой вверх-вниз или влево-вправо. Кто больше всего согласился с тем, что говорил диктор? Те, кто кивал головой вверх-вниз. Почему? Уэллс и Петти пришли к заключению, что позитивные мысли совместимы с вертикальными движениями головой и несовместимы с горизонтальными. <...>

Сверхоправдание и внутренняя мотивация

Вспомните эффект недостаточного оправдания. Наименьший стимул, который будет заставлять людей действовать, является обычно самым эффективным, побуждающим их предпочесть эту деятельность и следовать ей. Теория когнитивного диссонанса дает этому только одно объяснение: когда внешние мотивы недостаточны для реабилитации нашего поведения, мы уменьшаем диссонанс, находя внутренние оправдания.

Теория самовосприятия предлагает другую интерпретацию: люди объясняют свое поведение условиями, при которых оно осуществляется. Представьте себе, что вы прослушали заявление некоего лица о необходимости разумного повышения платы за обучение, после того как ему заплатили за это 20 долларов. Естественно, это заявление казалось бы вам менее искренним, если бы вы думали, что человек выражает подобную точку зрения бесплатно. Возможно, мы делаем подобные заключения, наблюдая за самими собой.

Теория самовосприятия даже поднимается на ступеньку выше. Вопреки мнению, что вознаграждение всегда усиливает побудительные мотивы, она предполагает, что награда, которая не является необходимой, порой имеет замаскированную стоимость.

Вознаграждение людей за то, что им уже принесло удовлетворение, может привести к тому, что свой поступок они будут приписывать плате, тем самым подрывая свое ощущение, что действовали так только потому, что это им нравится. Эксперименты, проведенные Эдвардом Дисси и Ричардом Райаном в университете города Рочестер, Марком Леппером и Дэвидом Грином в Станфорде и Энн Боджиано и ее сотрудниками в университете Колорадо, подтверждают *эффект сверхоправдания*. Стоит вам заплатить людям за разгадывание кроссвордов, и они начнут разгадывать меньше кроссвордов, чем те, которые не получили ни копейки. Пообещайте детям вознаграждение за то, от чего они и так получают удовольствие (например, за игру в кубики), и вы превратите их игру в работу. <...>

Как подчеркивает теория самовосприятия, неожиданное вознаграждение не уменьшает внутреннего интереса, потому что люди продолжают приписывать действия своим внутренним мотивам. И если похвала за хорошую работу заставляет вас почувствовать себя более компетентным и преуспевающим, это происходит потому, что реально усиливается ваша внутренняя мотивация. Эффект сверхоправдания вступает в силу, когда кто-то заранее предлагает ненужное вознаграждение, явно пытаясь контролировать поведение. Имеет значение только то, что подразумевает под собой вознаграждение. Награда и похвала, которые говорят людям об их достижениях (заставляют их подумать: «Я очень хорошо это делаю»), способствуют росту внутренней мотивации. Вознаграждение, которое ставит своей целью контролировать людей и заставляет их поверить, что они приложили свои усилия только из-за награды («Я сделал это за деньги»), уменьшает внутреннюю оправданность приятного задания.

Как мы можем культивировать удовольствие от выполнения внутренне непривлекательных заданий? Юная Мария может посчитать свои первые уроки на фортепиано обескураживающими. В душе Томми может не любить уроки в пятом классе. Сандра, может быть, и не собирается делать эти звонки с предложениями о продаже. В этих случаях родителям, учителям и менеджерам следует воспользоваться какими-нибудь побудительными мотивами, чтобы вызвать желаемое поведение. После того как человек дает согласие, предложите ему внутреннюю причину, оправдывающую его поступок: «Я знал, что ты поделишься своими игрушками, потому что ты великодушный человек».

Если мы предложим студентам *достаточные* оправдания для выполнения определенного учебного задания и используем вознаграждение и стимулы, дабы они почувствовали себя компетентными, мы сможем

добиться того, что они будут получать удовольствие от решения проблемы и начнут стремиться к самостоятельным занятиям. Когда же имеется слишком *значительное* оправдание, как это бывает в классах, где учителя диктуют поведение и используют вознаграждение для контроля за детьми, стремление детей к учебе может уменьшиться. <...>

Сравнение теорий

Мы видели только одно объяснение, почему наши действия, *кажется*, влияют на наши установки (теория самопрезентации). И рассмотрели две интерпретации факта, почему наши действия *действительно* влияют на наши установки (теория когнитивного диссонанса, утверждающая, что мы оправдываем свое поведение, чтобы ослабить наш внутренний дискомфорт, и теория самовосприятия, утверждающая, что мы наблюдаем за своим поведением и даем разумное обоснование своим установкам точно так же, как мы это делаем, когда наблюдаем за другими).

Последние два объяснения, казалось бы, противоречат друг другу. Какое из них соответствует истине? Это трудно проверить. В большинстве случаев обе теории дают одни и те же прогнозы и под каждую мы можем подогнать большинство обнаруженных нами фактов. Дарил Бем (1972), автор теории самовосприятия, даже предположил, что это скорее вопрос приверженности к той или иной теории и вкуса. Можно уповать и на субъективность научного теоретизирования. Ни теория диссонанса, ни теория самовосприятия не были подсказаны нам природой. Обе они являются продуктом человеческого воображения, творческими попытками облегчить и объяснить то, что мы наблюдаем.

Для самой науки нет ничего необычного в том, что принцип «установки — следствие поведения» является результатом нескольких теорий. <...> Точно так же, как различные дороги могут вести к одному и тому же месту, так и различный набор гипотез может привести к одному и тому же принципу. Это более чем что-либо усиливает нашу веру в этот принцип. Ему можно доверять не только благодаря данным, на которые он опирается, но и на основании того, что он покоится более чем на одном теоретическом фундаменте.

Диссонанс как активирующий фактор

Можем ли мы сказать, что одна теория лучше другой? В соответствии с одной ключевой проблемой стрелка весов склоняется в сторону теории диссонанса. Вспомните, что диссонанс, по определению, — это состояние активации стесняющего нас напряжения. Чтобы его ослабить, мы, по общему мнению, изменяем свои установки. Теория самовосприятия ничего не говорит об активации напряжения, когда наши поступ-

ки и установки не находятся в гармонии друг с другом. Она просто утверждает: если наши установки изначально слабы, мы используем свое поведение и порождающие его обстоятельства, чтобы найти ключ к этим установкам (подобно человеку, который сказал: «Откуда я знаю, как я себя чувствую, пока не слышу, что я говорю?»).

Порождают ли условия, которые, по общему мнению, вызывают диссонанс (к примеру, принятие решений или совершение поступков, противоречащих установкам), неудобство на самом деле? Естественно, ответом будет «да» при условии, что существуют нежелательные последствия поведения, за которые человек несет ответственность. Когда, находясь в уединении, вы произносите слова, в которые сами не верите, возникающий диссонанс окажется минимальным. Но он значительно возрастает, если появляются неприятные последствия: если кто-то вас слышит и принимает ваши слова за чистую монету, если негативное влияние ликвидировать нельзя и если человек, которого они затронули, относится к тем, кого вы любите. Более того, если вы чувствуете себя ответственным за эти последствия — если вы не можете просто извиниться за ваш поступок, поскольку добровольно совершили его, и если вы могли предвидеть его последствия, — стесняющий диссонанс становится еще больше. Более того, возбуждение станет заметно благодаря усилившемуся потоотделению и учатившемуся сердцебиению.

Как считает Клод Стил, существует причина тому, что «добровольность» высказывания или совершение нежелательного поступка становится спусковым крючком. Такие действия приводят нас в замешательство. Они заставляют нас чувствовать себя идиотами. Они угрожают нашей личной компетентности и добродетели. Оправдание своих поступков и решений является, таким образом, мерой самозащиты, укрепляет нашу внутреннюю убежденность и чувство собственного достоинства.

Итак, как вы думаете, что произойдет, если мы дадим людям несколько иной способ восстановить их чувство собственного достоинства после того, как они совершили поступок, противоречащий их внутренним убеждениям, скажем, предоставим им возможность совершить доброе деяние? В нескольких экспериментах Стил обнаружил, что люди, в особенности испытуемые с сильной Я-концепцией, чувствуют меньшую необходимость оправдывать свои поступки. Таким образом, утверждает Стил, нежелательное поведение, порождающее диссонанс, стимулирует людей потому, что поступки такого рода угрожают их позитивной Я-концепции. <...>

Таким образом, условия диссонанса действительно вызывают напряжение, в особенности когда существует угроза чувству собственного достоинства. Но неужели запуск этого механизма необходим для проявления эффекта «установки — следствие поведения»? Стил и его коллеги считают, что так и есть на самом деле. Если алкоголь уменьшает активизацию, вызванную диссонансом, исчезает и эффект «установки —

следствие поведения». В одном из своих экспериментов они заставили студентов Вашингтонского университета написать сочинение в поддержку увеличения учебной нагрузки. Студенты уменьшили диссонанс от такого поступка, пересмотрев и сделав более лояльными свои установки против учебы, если, конечно, после написания этого неприятного сочинения они не пили спиртные напитки, якобы относящиеся к эксперименту по дегустации пива и водки.

Самовосприятие при отсутствии противоречия самому себе

Итак, диссонанс порождает дискомфорт, который приводит к необходимости убеждать самого себя после совершения действий, противоречащих установкам. Но теория когнитивного диссонанса объясняет не все. Когда люди отстаивают позицию, совпадающую, хотя и не абсолютно, с их точкой зрения, процедуры, которыми обычно снимают дискомфорт, не исключают изменение установки. Теория диссонанса также не объясняет эффекта сверхоправдания, поскольку оплата за дело, которое вы хотели бы сделать, не должна вызывать сильного напряжения. Что касается ситуаций, когда реальные действия не противоречат никаким установкам (когда, к примеру, людей заставляют улыбаться или гримасничать), то здесь тоже не должно возникать диссонанса. Для таких случаев теория восприятия самого себя имеет готовое объяснение.

Короче говоря, получается, что теория когнитивного диссонанса с успехом объясняет только те случаи, когда мы поступаем вопреки ярко выраженным установкам: мы чувствуем напряжение и, чтобы ослабить его, приспособливаем свои установки. Выходит, теория диссонанса объясняет изменения в установках. В ситуациях, когда наши установки сформированы нечетко, теория восприятия самого себя объясняет, как они образуются. Когда мы действуем и раздумываем, мы развиваем гибкую установку, которая определяет наше будущее поведение.

О. А. Тихомандрицкая

СОЦИАЛЬНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ УСТАНОВОК¹

<...>

Еще в XIX в. Э. Дюркгеймом было отмечено, что во время общественных кризисов или глобальных социальных перемен происходит

¹ *Тихомандрицкая О. А.* Социальные изменения и изменение социальных установок // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С. 162–181.

изменение ценностей и норм, и тогда накопленный жизненный опыт людей может не соответствовать вновь создаваемым идеалам и нормам. В результате люди испытывают состояние «запутанности» и дезориентации. Как следствие этого они вынуждены готовить себя к непредвиденным обстоятельствам, к наибольшему числу возможных вариантов развития событий.<...>

Общественные изменения не могут не затронуть внутренние регуляторы поведения, «настраивая» их на произошедшие преобразования социальной среды.<...> Одними из первых подвергаются изменению, по видимому, диспозиции более низкого уровня — социальные установки (аттитюды) как средства, обеспечивающие поведение человека в конкретных ситуациях его взаимодействия с социальной средой. Это становится возможным вследствие их большей мобильности и способности к изменениям в ходе социального влияния по сравнению с диспозициями более высокого уровня, например ценностными ориентациями. Аттитюды приспособливают человека к изменившимся требованиям, предъявляемым к нему социумом. Поэтому во время социальных кризисов, при разрушении или изменении общепринятых норм и ценностей активизируются именно аттитюды как менее глобальные, но не менее значимые регуляторы социального поведения. В связи с этим такая важная проблема социальной психологии, как проблема социальных установок, их роль в адаптации личности к новым условиям жизни становится наиболее актуальной в ситуации происходящих общественных изменений.

Как известно, само понятие *attitud* и связанная с ним проблематика имеют солидную историю изучения в социальной психологии XX в. Под социальной установкой понимается диспозиция индивида, в соответствии с которой тенденции его мыслей, чувств и возможных действий организованы с учетом социального объекта. Этим понятием определяется один из самых важных психологических механизмов включения индивида в социальную систему; аттитюд функционирует одновременно и как элемент психологической структуры личности, и как элемент социальной структуры. Социальные установки человека определяют его существование в макросистеме — в обществе, в определенной культуре и на микроуровне — в конкретной социальной группе, на уровне межличностного взаимодействия. Причем, с одной стороны, сами установки формируются под воздействием социума, с другой — они влияют на социум, определяя отношение к нему людей.

Изучение аттитюдов с самого начала было связано с интересом к преобразованиям, происходящим с личностью в момент переживания ею социальных изменений. Напомним, что исследование социальных установок было начато в 1918 г. социологами У. Томасом и Ф. Знанецким при рассмотрении ими проблемы адаптации польских крестьян, эмигрировавших в Америку. В своей работе «Польский крестьянин в

Европе и Америке» они определяли аттитюд как состояние сознания индивида относительно некоторой социальной ценности, переживание смысла этой ценности. Их основной интерес был сконцентрирован на том, как социальная среда, культура в целом могут определять отношение людей к некоторым социальным объектам, значимым для них.

Изменение условий жизни по большей части вело к смене представлений о значимости социальных объектов и их оценки людьми, т.е. к смене социальных установок. В случаях когда определение ситуации индивидом не совпадало с групповыми (социальными) ценностями, могли возникать и развиваться конфликты, приводящие в свою очередь к дезадаптации людей, а в конечном итоге — к социальной дезинтеграции. В качестве причин, побуждающих к изменению социальных установок, назывались четыре основных желания (потребности) человека: новый опыт, безопасность, признание и господство. Предполагалось, что аттитюд удовлетворял эти желания человека через изменение отношения к ценностям (определенным социальным объектам) в соответствии с нормами, принятыми в данном социуме.

Таким образом, изначально изучение социальных установок шло по пути рассмотрения проблемы **адаптации**, что впоследствии нашло выражение в ряде функциональных теорий аттитюда. <...>

Предложив изучать установку с точки зрения потребностей, которые она удовлетворяет, Д. Кац делает попытку интегрировать представления различных теоретических ориентаций — бихевиоризма, психоанализа, гуманистической психологии и когнитивизма.

1. **Инструментальная (адаптивная, утилитарная)** функция: выражает приспособительные тенденции поведения человека, способствует увеличению вознаграждения и уменьшению потери. Аттитюд направляет субъекта к тем объектам, которые служат достижению его целей. Кроме того, социальная установка помогает человеку оценить, как другие люди относятся к социальному объекту. Поддержка определенных социальных установок дает возможность человеку заслужить одобрение и быть принятым другими людьми, поскольку их скорее привлекает тот, у кого установки сходны с их собственными. Так, аттитюд может способствовать идентификации человека с группой (позволяет взаимодействовать с людьми, принимая их установки) или приводит его к противопоставлению себя группе (в случае несогласия с социальными установками других членов группы).

2. **Эгозащитная** функция: социальная установка способствует разрешению внутренних конфликтов личности, защищает людей от неприятной информации о самих себе или о значимых для них социальных объектах. Люди часто действуют и думают таким образом, чтобы оградить себя от неприятной информации. Так, например, чтобы повисить свою собственную значимость или значимость своей группы, человек

часто прибегает к формированию негативного аттитюда по отношению к членам аутгруппы.

3. Функция выражения ценностей (функция самореализации): аттитюды дают человеку возможность выразить то, что важно для него, и организовать свое поведение соответствующим образом. Осуществляя определенные действия в соответствии со своими аттитюдами, индивид реализует себя в отношении к социальным объектам. Эта функция помогает человеку самоопределиться, понять, что он собой представляет.

4. Функция организации знаний: основана на стремлении человека к смысловому упорядочиванию окружающего мира. С помощью аттитюда существует возможность оценки поступающей из внешнего мира информации и соотнесения ее с существующими у человека мотивами, целями, ценностями и интересами. Установка упрощает задачу изучения новой информации. Посредством выполнения этой функции аттитюд включается в процесс социального познания.

Итак, социальные установки задают направление мыслям и действиям людей по отношению к конкретному объекту или ситуации, они помогают человеку устанавливать и поддерживать социальную идентичность, организуют представления человека об окружающем мире, позволяют ему реализовать себя. Аттитюды активно задействованы как в процессе регуляции социального поведения, так и в процессе социального познания. В целом можно сказать, что аттитюд, выполняя все перечисленные функции, адаптирует человека к окружающей социальной среде и защищает его от негативных воздействий или неопределенности. Это становится особенно важным в условиях глобальных социальных изменений. Адаптация человека к новой социальной ситуации происходит, в частности, в связи с изменением его аттитюдов, что приводит к изменению поведения. Возможность изменения поведения в свою очередь обусловлена особенностями структуры социальной установки, поэтому следует остановиться на ее подробном рассмотрении.

Первоначально структура аттитюда была разработана в 1942 г. М. Смитом. В своем подходе Смит представлял социальную установку как осознание (когнитивный компонент), оценку (аффективный компонент) и поведение (конативный, поведенческий компонент) в отношении социального объекта. В настоящее время в связи с особым интересом к изучению аттитюдных систем структура социальной установки определяется более широко. Аттитюд выступает как диспозиция, устойчивая предрасположенность к определенной оценке, основанная на когнициях, аффективных реакциях, сложившихся поведенческих намерениях (интенциях) и предшествующем поведении, способная в свою очередь влиять на познавательные процессы, на аффективные реакции, на складывание интенций и на будущее поведение. Таким образом, поведенческая составляющая социальной установки представлена не только

непосредственным *поведением* (некоторыми реальными, уже осуществленными действиями), но и *интенциями* (*намерениями*). Поведенческие интенции могут включать в себя различные ожидания, стремления, замыслы, планы действий — все, что только *намеревается* сделать человек.

Что касается *когнитивной* составляющей, то в нее могут входить убеждения, представления, мнения, все когниции, образованные в результате познания социального объекта. *Аффективные* реакции представляют собой различные эмоции, чувства и переживания, связанные с объектом установки. Сама же *установка* выступает как суммарная оценка (оценочная реакция), включающая в себя все перечисленные компоненты.

Необходимо подчеркнуть, что все элементы установочной системы взаимосвязаны и представляют собой систему реакций, специфичную для каждой конкретной личности. Поэтому изменение одного компонента может вызвать изменение какого-либо другого. Так, например, изменение убеждений относительно некоего социального объекта может привести к изменению установки, а вслед за этим и к изменению поведения в отношении данного социального объекта. Кроме того, элементы системы могут выходить за рамки одной установочной системы и «устанавливать» взаимосвязи с элементами другой. Например, одна и та же когниция может быть взаимосвязана с различными установками. Если изменится эта когниция, можно предположить, что изменятся и обе установки.

Таким образом, если в ходе социального влияния происходит изменение социальной установки индивида, это в свою очередь может привести к изменению как его поведения, так и других социальных установок, входящих в аттитюдную систему человека.

В ситуации социальных преобразований особую роль начинает играть информационное влияние. Происходящее в обществе отражается в той информации, которую получает человек через средства массовой коммуникации или в непосредственном общении с другими людьми. Воздействие, оказываемое на людей, может иметь самые разнообразные формы — от ситуативного, стихийного до целенаправленного, организованного. При этом аттитюды адаптируют человека к получению им новой информации. Выполняя определенную функцию, социальные установки участвуют в упорядочении знаний об окружающем мире, влияют на поиск, подбор и организацию информации, а также на ее воспроизведение. В результате информационного влияния может происходить изменение убеждений, мнений и знаний человека, т.е. когнитивной составляющей установочной системы.

Одним из самых известных направлений эмпирических исследований изменения аттитюда являются исследования убеждающей коммуникации, проводившиеся в 50-х гг. в Йельском университете (США) и связанные с именами К. Ховланда и его коллег И. Джаниса, Г. Келли, М. Шерифа и др. Планируя свои эксперименты в рамках широко извест-

ной концепции процесса коммуникации, эти исследователи продемонстрировали влияния на установки многочисленных характеристик самого источника информации (коммуникатора), содержания сообщения и характеристик аудитории. При этом убеждающее сообщение трактовалось как стимул, а происходящее под его воздействием изменение социальной установки — как приобретенная реакция. Было показано, что между коммуникативными стимулами и изменяемыми социальными установками располагаются «имплицитные конструкторы», играющие в процессе убеждающей коммуникации роль медиаторов. К ним могут быть отнесены: во-первых, убеждения самих реципиентов, во-вторых, предрасположенность реципиентов к принятию убеждающего воздействия и, наконец, факторы, опосредующие психологические процессы (внимание, понимание, принятие). <...>

Итак, изменение социальной установки может происходить в результате убеждающей коммуникации посредством изменения когниций. Например, в ходе убеждающей коммуникации (через средства массовой коммуникации) могут быть изменены установки человека на происходящие события или исторические факты, установки на известных политических деятелей и т.д.

Изучение изменения аттитюдов в социальной психологии связано не только с теориями убеждающей коммуникации, но и с так называемыми теориями когнитивного соответствия, созданными в 50-х гг. XX столетия Ф. Хайдером, Т. Ньюкомом, Л. Фестингером, Ч. Осгудом и П. Танненбаумом. Их основной идеей является стремление человека к психологической согласованности своих когниций (убеждений, мнений, представлений о собственном поведении). Если, например, убеждения человека вступают в противоречие, он начинает испытывать напряжение и дискомфорт. Для снятия этого неприятного состояния человек пытается установить согласованные и ненапряженные отношения между когнициями, изменив некоторые из них. Таким образом, изменение установки будет происходить именно тогда, когда когниции человека в ситуации социального воздействия будут вступать в противоречие друг к другу. Через изменение «старых» установок возможно принятие новой информации, которая в свою очередь будет способствовать формированию аттитюдов, согласующихся с ней.

Есть и еще, на наш взгляд, немаловажное обстоятельство, в котором также проявляется адаптивная направленность социальной установки. Так, ситуация социальных изменений несет в себе необходимость постоянно делать новые выборы, будь то, например, новое место работы, проведение досуга или даже марка товара. Как известно, любой выбор всегда сопровождается напряжением и даже стрессом, если он чрезвычайно значим для человека. В снятии возникающего напряжения немаловажную роль играют социальные установки. Этот факт также деталь-

но был изучен в рамках теорий соответствия, а именно в теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера.

Когнитивный диссонанс в данном случае происходит потому, что выбранная альтернатива редко бывает целиком положительной, а отвергнутая — целиком отрицательной. Диссонантными когнициями выступают представления о *негативных* сторонах *выбранной* альтернативы и *позитивных* сторонах *отвергнутой*. Более того, после осуществленного выбора наступает «фаза сожаления», во время которой обесценивается выбранная альтернатива, а отвергнутая кажется более привлекательной. Правда, эта фаза длится, как правило, недолго. Затем следует уменьшающая диссонанс переоценка решения, т.е. признание правильным первоначального решения. Что в этом случае делает человек? Люди начинают всяческими способами подтверждать успешность своего выбора, например ищут информацию, подчеркивающую правильность их решения, игнорируя негативную информацию. Эти действия соответственно могут уменьшить привлекательность отвергнутого объекта и (или) увеличить привлекательность выбранного, т.е. изменить аттитюды.

<...>

Итак, поступающая информация может оказывать влияние на когниции, изменяя установки или формируя новые, что в свою очередь ведет к адаптации поведения человека к новым социальным условиям. Когда же поступающая информация может оказать слишком негативное воздействие на личность, социальные установки «препятствуют» ее прохождению. Особенно это проявляется в случае, когда воспринимаемая информация затрагивает Я-концепцию человека — его «образ Я» или его самооценку. В условиях социальных изменений нередко возникают ситуации, в которых человек в силу различных обстоятельств (но, в первую очередь, в связи с предъявлением к нему новых социальных требований, новых социальных ожиданий) не всегда может проявить свою успешность, тогда установки защищают его от негативных оценок, «переводя стрелку» на внешние обстоятельства. То есть человек может оправдать себя, например, через формирование негативных аттитюдов к определенным социальным объектам, представляющим угрозу «Я» человека (будь то конкретные люди, происходящие социальные процессы или ситуативные обстоятельства жизни). При этом оправдание своих поступков и решений является мерой самозащиты, укрепляет чувство собственного достоинства и самооценку. Аттитюд, выполняя свою эгозащитную функцию, предохраняет человека от слишком сильных потрясений, касающихся непосредственно его личности.

В аттитюдную систему человека кроме когниций входит аффективная составляющая. Аффективные реакции, эмоции или чувства отражают наши установки на уровне физического возбуждения (например, переживание удовольствия, грусти и т.д.). Этот компонент установоч-

ной системы играет особую роль в создании «знака» аттитюда, т.е. именно от аффективной составляющей будет зависеть, какой будет социальная установка — «за» или «против» социального объекта. Это в свою очередь будет определять направленность поведения человека в отношении к другим людям, событиям или социальным процессам, а следовательно, и возможность адаптации к новым социальным условиям.

Аффективные компоненты тесно взаимосвязаны в аттитюдной системе с когнитивными компонентами. Понимание соотношения эмоций и когниций представлено в различных подходах, одни из которых признают первичность и, следовательно, большую значимость эмоций, другие — когнитивной сферы человека. Не останавливаясь подробно на освещении этого вопроса, необходимо еще раз подчеркнуть их тесную взаимосвязь, что особо важно для понимания процесса изменения социальных установок. Одной из особенностей аттитюдов является то, что в них проявляется *согласованность* когниций с аффектами, т.е. реализуется так называемый принцип конгруэнтности настроения. В частности, этот принцип проявляется в том, что позитивное аффективное состояние приводит к более позитивным и оптимистичным социальным суждениям, и наоборот, — негативные аффекты вызывают пессимистические мысли. В модели А. Айзена, например, показано, что хорошее настроение управляет благоприятными суждениями и активизирует позитивные аттитюды в отношении к другим людям, что в свою очередь будет отображать просоциальное поведение, вызванное позитивным настроением. <...>

Следует отметить и тот факт, что при прочих равных условиях изменить аффективный компонент гораздо труднее, чем когнитивный. При этом уже сформированные социальные установки, основанные на недостаточной информации о социальном объекте, изменяются мало именно в силу превалирования аффективного компонента (например, аттитюды к общественным проблемам и событиям, о которых у человека не существует полной информации). Таким образом, для адаптации к новым социальным условиям, для формирования новых положительных установок или изменения старых необходимо позитивное информационное влияние.

Еще одним из механизмов формирования аттитюдов является установление *ассоциативных связей* между структурными компонентами разных аттитюдов. Ассоциации «связывают» различные стимулы, появляющиеся одновременно. Чаще всего такая связь происходит именно между аффективным (эмоциональным) компонентом одного аттитюда с нейтральным социальным объектом вновь формируемого аттитюда. Например, если очень уважаемый ведущий телевидения (на которого существует позитивная установка) с удовольствием представляет нового, пока неизвестного нам человека, на «новичка» будет сформирован позитивный аттитюд. <...>

Мы рассмотрели, как эмоциональный (аффективный) компонент аттитюдной системы может быть задействован в изменении или формировании новых социальных установок человека — при непосредственном изменении самих аффектов или в случае ассоциативной связи аффективного компонента сильной установки с нейтральным аттитюдом на другой объект. В последнем случае нейтральный аттитюд «заряжается» позитивными или негативными аффектами от социальной установки, с которой и возникает ассоциативная связь.

Итак, изменение социальных установок может происходить при влиянии на *когнитивные* и *аффективные* компоненты аттитюдной системы. Но и в случае реализации человеком определенного поведения (осуществления некоторых действий в отношении социального объекта) возможно изменение аттитюда. То есть само поведение человека может влиять на его социальные установки, изменяя старые или формируя новые. Как это происходит, может быть объяснено с помощью трех теорий — самопрезентации, теории когнитивного диссонанса и теории самовосприятия.

Все люди испытывают необходимость производить на других определенное впечатление (самопрезентироваться). В традиции американской социальной психологии самопрезентация является одной из форм социального поведения и рассматривается как проявление демонстративного поведения в межличностном общении. Необходимость самопрезентации зачастую обусловлена желанием людей достичь материального или социального успеха, избежать конфликта, добиться позитивного отношения к себе со стороны окружающих, что в свою очередь может позитивно сказаться на самоотношении человека.

Впервые анализ проблемы управления впечатлением о себе был сделан в концепции «социальной драматургии» Э. Гоффманом. В ней автор исходит из того, что человек в процессе социального взаимодействия способен корректировать собственное поведение в соответствии с ожиданиями другого с целью создания наиболее благоприятного впечатления о себе и достижения наибольшей выгоды от этого взаимодействия.

Однако самопрезентация относится к стремлению человека представить желаемый образ не только для других, но и для самого себя. Намеренно или ненамеренно люди извиняют, оправдывают или защищают себя, когда это необходимо, чтобы поддержать свою самооценку и подтвердить свой образ «Я». При этом первоначальная самоподача обязывает человека придерживаться той линии поведения, которую он уже представил. Человек должен быть последовательным в своих действиях, что в свою очередь вынуждает его придерживаться определенных убеждений, мнений и оценок, т.е. выработать аттитюды, соответствующие поведению.

Одним из важнейших и значимых факторов самопрезентации является социальный контекст, в котором она реализуется, т.е. социальные нор-

мы и ценности, существующие в обществе, задают допустимые границы проявлений демонстративного поведения. Одновременно с этим управление впечатлением может быть подчинено нормативным предписаниям, составляющим основу социальной роли, которую исполняет человек.

Очень часто изначально заданное ролю поведение становится основанием для изменения убеждений и формирования новых установок человека. В реальной жизни человек, изменяя свой социальный статус, зачастую вынужден изменять свои аттитюды для «поддержки» нового ролевого поведения.

Еще в 50-е гг. XX в. социальный психолог И. Джанис приступил к важным исследованиям, посвященным проблеме изменения установок под влиянием исполнения ролей. В первых исследованиях на эту тему изменение установок испытуемого при произнесении импровизированной речи в защиту позиции, к которой он первоначально относился негативно, сопоставлялось с изменением установок, произошедшим под влиянием прослушивания или чтения стенограммы уже подготовленной речи. Выяснилось, что в тех случаях, когда речь была импровизированной, когда испытуемые выстраивали ее сами, тенденция к «потеплению» отношения к чужой и изначально неприемлемой установке проявлялась ярче.

Таким образом, с помощью исполнения чужой роли можно добиться более терпимого отношения к противоположной точке зрения, поскольку в процессе ее проигрывания человеку часто приходится публично отстаивать мнение, с которым он был изначально не согласен. Возможность ролевого поведения вносить изменения, в частности в аттитюды человека, активно используется в *ролевой игре* — одном из базовых методов социально-психологического тренинга. Как указывает У. Магвайр, ролевая игра, требующая от человека активного конструирования своей роли и импровизации, способна более эффективно изменять установки, чем пассивное восприятие убеждающих сообщений.

Влияние ролевого поведения на человека может объясняться тем, что в процессе проигрывания, исполнения роли начинает действовать *самоубеждение*. Когда человек сам осознает свои мысли и чувства, они становятся более значимыми, более актуальными для него и лучше запоминаются.

Мы рассмотрели случаи, когда поведение человека строится исходя из желания согласовывать свои действия с желанием других людей (самопрезентация) или исходя из исполняемой им социальной роли. При этом осуществляемое поведение прямо или косвенно влияет на формирование *соответствующих* ему аттитюдов человека. Что же происходит в случае, если возникает расхождение между поведением и социальной установкой, если действия и аттитюды не соответствуют друг другу? Этот

момент рассматривается и объясняется в уже знакомой нам теории когнитивного диссонанса Леона Фестингера. Сам Фестингер начинает изложение своей теории с такого рассуждения: замечено, что люди стремятся к некоторой согласованности как желаемому внутреннему состоянию. Если возникает противоречие между тем, что человек *знает*, и тем, что он *делает*, то это противоречие стремятся как-то объяснить и, скорее всего, представить его как *непротиворечие* ради того, чтобы вновь достичь состояния внутренней когнитивной согласованности.

В исследованиях изменения аттитюдов под влиянием поведения, проведенных в рамках теории когнитивного диссонанса, был выявлен *эффект недостаточного оправдания*. Изменение аттитюда как средство уменьшения диссонанса может произойти, в частности, в тех случаях, когда человек утверждает что-то, во что сам не верит, или когда он совершает нечто противоречащее нравственным нормам или его представлению о себе. Подобные поступки могут приводить к изменению аттитюдов, но при условии, что у человека нет *внешнего* оправдания его поведения и он вынужден обратиться к *внутреннему* оправданию (т.е. собственно к изменению своих аттитюдов).

<...>

Итак, когнитивный диссонанс приводит к изменению аттитюдов чаще всего тогда, когда поведение человека расходится с его когнициями (аттитюдами). В случае недостаточного внешнего оправдания человек обращается к самооправданию, что как раз и приводит к изменению первоначальных аттитюдов и к замене их на установки, поддерживающие осуществленное поведение. Однако существует еще одно объяснение, почему поведение определяет аттитюды человека.

Феномены, открытые теорией когнитивного диссонанса, пересматривались многими учеными, пытавшимися объяснить их с других концептуальных позиций. Одним из самых серьезных стал вызов, сделанный Д. Бемом. Он разработал *теорию самовосприятия*, поставив основной вопрос: как люди узнают о собственных аттитюдах и об аттитюдах других людей? В теории утверждалось, что люди формируют суждения о собственных аттитюдах, равно как и о собственных предпочтениях и личностных диспозициях, анализируя свое поведение. Точно так же они поступили бы, строя аналогичные суждения о других людях: через наблюдение за их действиями. В случае восприятия самого себя человек использует *самоатрибуцию*, т.е. «действователь», объясняя свое поведение, может рассуждать атрибутивно, как бы с позиции *наблюдателя*. <...>

Надо сказать, что бурные споры между сторонниками теории диссонанса и самовосприятия шли в течение нескольких лет. Эти споры выглядели как конфликт между разными представлениями о природе человека: люди иррациональны и испытывают необходимость чувство-

вать соответствие или они «наивные ученые», рационально взвешивающие альтернативные объяснения своего поведения.

Согласие может быть достигнуто, если признать каждую из теорий действующей только при разных условиях:

1. Если различие между поведением и аттитюдами велико, люди пытаются уменьшить диссонанс. Но если различие между поведением и аттитюдом небольшое, они будут понимать свои аттитюды исходя из поведения.

2. Эффект самовосприятия проявляется тогда, когда у человека отсутствует четко определенный аттитюд относительно какой-либо проблемы, например потому что он редко сталкивается с подобными явлениями или встречается с чем-то новым. Поэтому наблюдение за поведением дает ему возможность определить его причину, т.е. сформировать соответствующий аттитюд.

3. Теория самовосприятия будет действовать скорее в ситуации небольшой значимости проблемы для человека.

Таким образом, процесс самовосприятия, сопровождающийся формированием аттитюдов, будет разворачиваться лишь тогда, когда наши установки слабы или не определены вовсе, кроме того, если отсутствует возможность приписать причины собственного поведения каким-либо ситуационным факторам или внешним обстоятельствам. В этом случае в ходе самоатрибуции человек начинает «осознавать» свои установки с целью нахождения причин или смысла своего поведения. То есть процесс самоатрибуции в данном случае служит для объяснения человеку его собственного поведения.

Итак, в ходе адаптации человека к социальным преобразованиям происходит изменение старых или формирование новых социальных установок. Это в свою очередь может привести к тому, что поведение человека начинает соответствовать новым требованиям, выдвигаемым к нему со стороны социума. Принятие новой действительности происходит постепенно или сразу, в зависимости от того, насколько сильны прежние установки человека. Но так или иначе, необходимость соответствовать действительности, в частности в ситуациях взаимодействия людей с различными социальными объектами, приводит к изменениям в их диспозиционной системе, сначала, возможно, на более низком уровне, затем на более высоком. Сформированные установки и ценностные ориентации личности могут служить показателем ее адаптированности к новым условиям существования в разных социальных ситуациях.

Е. П. Белинская

КРИЗИС ИДЕНТИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ РАДИКАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ¹

<...>

Начало исследований кризиса идентичности в условиях отечественных радикальных социальных трансформаций было положено социологами. С социологической точки зрения динамика идентичности рассматривается как прямое и непосредственное следствие динамики социальных структур. Хотя в ряде случаев и признается их взаимовлияние, однако однозначно утверждается, что степень стабильности идентичности зависит от стабильности общества. Подобный взгляд закономерно связывает характеристики кризиса идентичности с пониманием особенностей российского социального кризиса. Специфика последнего состоит, по мысли В. А. Ядова, в драматизме становления новой социальной субъектности, осознающей свой особый социальный интерес в ситуации неопределенности представлений относительно какого-либо общего интереса. <...> Следовательно, невозможность найти какую-либо ясную «точку опоры» для построения своего нового группового интереса (на основе которой только и может сформироваться новая идентичность) мыслится причиной кризисного состояния любых социальных идентификаций <...>, и тем самым суть современного кризиса идентичности состоит в разрушении прежних оснований солидаризации, последовательном осознании этого факта индивидами и группами, очевидном обособлении групповых интересов разного уровня при отсутствии в обществе какой-либо силы, способной создать условия для их согласования. Основной характеристикой подобной социальной идентичности становится ее неустойчивость. <...>

Как отмечается многими исследователями, решающую роль в жизни россиян играет отождествление себя с группами непосредственного общения: семьей и друзьями, а также коллегами по работе. Эти факты имеют ожидаемый характер: если на социетальном уровне люди не находят «точек опоры» для построения системы социальных представлений (в том числе — представлений о самих себе как социальных субъектах), они строят их на основе непосредственного жизненного опыта. Однако одновременно достаточное количество самоопределений россиян свидетельствуют о большой роли абстрактных, символических общностей: чувства общности с людьми своего поколения, своей профессии, имеющими схожие

¹ Идентичность и организация в меняющемся мире: Сборник научных трудов. М.: Изд-во ГУ-ВШЭ, 2009. С. 93–112.

ценности, также ошутимо выражены, причем данный факт не имеет однозначной интерпретации, и можно лишь предположить, что данные идентификации как бы заполняют освободившуюся нишу бывших общегражданских и политических идентичностей. <...>

Согласно эмпирическим данным, период начала 90-х годов вызвал ослабление практически всех возможных социальных идентичностей, разрушение их иерархического строения, сдвиг, по словам В. А. Ядова, от прозрачной ясности социальных идентификаций советского типа к групповым солидарностям постмодернистского типа, где все решительно амбивалентно, неустойчиво, лишено какого либо вектора. Интересным являлось при этом увеличение общего числа социальных идентичностей, что затрудняет дальнейшую интерпретацию — то ли описанная тенденция есть проявление растущего индивидуализма россиян, то ли следствие реально замедленного поиска новых оснований для социальной солидаризации. С социально-психологической же позиции очевидно, что оба факта могут сосуществовать, более того — с этой же позиции достаточно непродуктивным представляется вообще идея жесткой иерархии составляющих социальной идентичности (полоролевой, профессиональной, этнической, религиозной и т.п.). Последнее имеет и эмпирические доказательства. По одним данным, конструируя свою идентичность сугубо иррационально, с определяющей опорой на эмоционально окрашенные образы, наибольшие затруднения в это время люди испытывали при категоризации себя по стратификационным, статусным критериям, нередко отрицая сам факт наличия в обществе различных социальных слоев, а по другим — именно в это время утверждается категоризация «свои — чужие» (преимущественно по принципу материального благополучия) и возрастает количество социально-статусных категоризаций, в том числе — за счет снижения количества профессиональных идентичностей. В этом можно видеть прямое влияние средств массовой информации, ставших на тот момент источником образов для символической адаптации к происходящим переменам, а можно — подтверждение известных социально-психологических закономерностей, согласно которым слабая идентификация со «своей» группой при условии необходимости взаимодействия с «чужими» сопровождается выраженными стрессовыми реакциями, а недифференцированность, «невьпуклость» оснований категоризации «своих» взаимосвязана со слабой дифференцированностью оснований категоризации «чужой» группы. Общей же особенностью социальных идентичностей россиян того периода стало, как уже отмечалось выше, преобладание идентификаций с ближайшим, семейным и дружеским окружением. Эта особенность сохранилась и в последующие годы — так, и на начало XXI века отмечалось, что относительная стабильность идентификаций россиян наблюдается лишь в кругу близких людей. <...>

Период середины 90-х годов, согласно исследованиям, был отмечен наибольшим кризисом идентичности: все параметры гражданской идентификации теряли силу вследствие отчуждения от государственных институтов и недоверия к властным структурам. Также для этого периода характерным стало появление большого количества «негативных идентичностей», понимаемых в основном как наличие негативных самохарактеристик при описании респондентами своего «социального лица». Социологами данный феномен оценивается как своего рода самоутверждение от противного, выраженное в форме отрицания каких-либо качеств или ценностей у их носителя, который противопоставляет в своей «инаковости» остальным, и отмечается, что подобная «негативная идентификация» может быть основой так называемой агрессивной социальной мобилизации.

Однако для социальной психологии возможность негативного отношения к объекту идентификации не является неожиданной. Прежде всего, фундаментальное утверждение теории социальной идентичности об универсальном характере стремления в поддержании позитивной социальной идентичности как основания позитивной самооценки уже достаточно давно подвергается сомнениям. При неблагоприятных вариантах межгруппового сравнения иногда лучше сохранить свою «особость», пусть и негативную, нежели вообще оказаться человеком без «социального лица», — ведь не иметь социальной идентичности значит быть «человеком-невидимкой», которого никто не принимает в расчет как участника социальных отношений, значит быть символически исключенным из них. <...> Феномен «негативной идентичности» в ситуации российского кризиса неоднократно отмечался отечественными социальными психологами, оцениваясь как один из вариантов адаптации к изменившейся реальности. Интересную его интерпретацию дает Н. М. Лебедева. Она видит в данном феномене реализацию определенного общего вектора изменений процессов идентификации в кризисном социуме, а именно — сдвига от потребности в самоуважении к потребности в смысле: затруднения в самоидентификации, необходимость найти «свою» группу в неопределенной социальной реальности как бы перевешивают стремление искать позитивные отличия «своих» от «чужих». <...> Сопряженным с данным феноменом является и отмечаемый тем же автором на материале динамики этнической идентичности «синдром навязанной этничности», состоящий в том, что в определенных условиях конкретная социальная принадлежность человека против его собственной воли становится чересчур значимой, начинает влиять на его социальное самоопределение в целом. Подобная динамика идентичности также сопровождается негативными чувствами, и исходно будучи, возможно, нейтральной, такая социальная идентичность становится внутренне «негативной».

Альтернативную интерпретацию указанного социально-психологического феномена можно найти в работах Т. Г. Стефаненко. Она отмечает несколько возможных вариантов сохранения человеком позитивного самоотношения при условии негативной социальной идентичности. В целом таких вариантов (или частных индивидуальных стратегий конструирования итоговой позитивной идентичности при условии самоидентификации с негативно оцениваемой группой) три: во-первых, человек может установить некоторую «психологическую границу» между собой и группой; во-вторых, выделить внутри данной группы некоторую подгруппу, которой будут приписываться более позитивные характеристики, и считать себя принадлежащим именно к ней, и, в-третьих, конструировать амбивалентную (с точки зрения оценки входящих в нее самохарактеристик) идентичность, которая позволит сохранить позитивное самоотношение хотя бы частично. Очевидно, что при таком понимании возможного содержания негативной идентичности прогноз вариантов определяемого ею социального поведения становится значительно более разнообразным.

Наиболее приближенный к сегодняшнему моменту, период с конца 90-х годов, характеризующийся относительной стабилизацией социально-политической жизни страны, был отмечен следующими тенденциями в плане трансформаций идентичности. Среди них — продолжающийся рост этнических идентификаций, в том числе по все более «дробным» основаниям, однозначное выделение в качестве одного из ведущих критериев идентификации уровня дохода, продолжающееся снижение значимости для самоопределения политических общностей, доминанта идентичностей с первичными группами, наличие «негативных идентификаций». <...>

Итак, можно видеть, что исходные гипотезы начала 90-х годов не получили однозначного подтверждения. Реальная структура социальных идентичностей человека эпохи радикальных социальных трансформаций оказалась фактически столь же множественной, фрагментарной и опирающейся на идентификацию с ближним окружением, что и в начале социальных перемен. Тому может быть несколько объяснений. Так, во-первых, возможно, это связано с тем, что длительность взаимодействия с социальной неопределенностью в принципе не оказывает влияния на структуры идентичности. Во-вторых, очевидно, что прошедшее двадцатилетие с точки зрения макродинамики идентификационных процессов является лишь моментом, к тому же — начальным, а потому могло не иметь еще «выпуклых» следствий. В-третьих, возможно — и это представляется нам наиболее вероятным — доминанта социологической «картины» кризиса идентичности в условиях социальных изменений не способна «схватить» какие-то его содержательные особенности,

а потому должна быть дополнена социально-психологическими трактовками.

Социальными психологами актуальный социальный кризис также признается имеющим определяющее влияние на весь ход социального развития личности. Ведущей характеристикой его выступает разнонаправленность социальных изменений, и общим теоретико-методологическим основанием социально-психологических исследований особенностей социального развития личности в условиях радикальных трансформаций стало понимание Г. М. Андреевой сущности социальной нестабильности как рассогласованности социальных перемен, смены направления и темпа изменений, несовпадение меры их радикальности в различных сферах жизни общества. Очевидно, что прямым психологическим следствием подобного рассогласования социальных ориентиров в ходе социализации становится усложнение для человека ситуации социального выбора и, как следствие, затруднение функции прогноза — как по отношению к социальной реальности в целом, так и по отношению к своему «личному завтра». Соответственно, можно предположить, что объективное отсутствие должного количества согласованных «внешних» ориентиров для социального самоопределения с необходимостью заставляет человека больше опираться на ориентиры «внутренние» — в частности, идентичность и систему персональных ценностей. Однако именно эти личностные образования в ситуации радикальных перемен оказываются наиболее уязвимы, что, собственно, и заставляет говорить о кризисных метаморфозах идентичности и ценностей как о ведущих личностных проявлениях социального кризиса.

Сегодня в рамках конкретных отечественных социально-психологических исследований существует достаточно пестрая палитра взглядов на содержание кризиса идентичности. Так, например, Н. М. Лебедева видит его причину в изменении смыслов прежних идентификаций и, соответственно, определяет его как ощущение утраты смысловой насыщенности прежних форм социальной идентичности и поиск новых, отвечающих базальной потребности человека в смысле и способствующих его наиболее адекватной адаптации в изменяющейся социальной реальности. Собственно содержание кризиса идентичности, с ее точки зрения, заключается в утрате связи между конкретной позитивной социальной идентичностью и толерантностью к «чужим», не «своим» группам, ибо не-кризисная, сбалансированная социальная идентичность отличается именно этой связью. <...> Сходной является позиция В. Н. Павленко, которая считает, что содержанием субъективно переживаемого кризиса социальной идентичности является наличие осознаваемого или неосознаваемого рассогласования между стремлением человека к идентификации с основными социальными общностями

(прежде всего — этническими и гражданскими) и невозможностью осуществления этого в желаемой степени. <...> С этой точки зрения кризис идентичности может существовать в двух формах: как объективно фиксируемый и как субъективно переживаемый. При условии объективно фиксируемого кризиса идентичности человек не имеет вообще или имеет слабые идентификации с большими социальными группами, испытывая или не испытывая по этому поводу негативных эмоций. При субъективно переживаемом кризисе идентичности человек не может отождествить себя с основными социальными общностями и испытывает по этому поводу негативные чувства. <...> Во многом отталкиваясь от позиции В. Н. Павленко, строит свое понимание кризиса идентичности Н. Л. Иванова. <...> Она определяет кризис идентичности как отражение в сознании индивида несоответствия сложившейся идентификационной системы личности новым требованиям реальности, которое актуализирует необходимость сознательного выбора новой идентичности, умения следовать этому выбору. Тем самым основное содержание кризиса идентичности мыслится в рассогласовании потребности в стабильности «Я» и необходимостью делать выбор в изменившихся социальных условиях с целью поиска новых социальных идентичностей. <...> В данной позиции нам бы хотелось подчеркнуть впервые артикулированную обращенность к персональному полюсу идентичности, апелляцию к потребности в стабильности «Я». И, продолжая эту обращенность, с нашей точки зрения, возможное определение кризиса идентичности могло бы состоять в указании на *нарушение баланса устойчивости/изменчивости «Я»*: его чрезмерной гибкости и неопределенности или же «жесткости», ригидности, причем как с точки зрения персонально-, так социально-идентификационных составляющих.

Сегодня эмпирическая картина кризиса идентичности усложняется и дополняется не только разнообразием его трактовок, но и умножением различных линий исследования. Последние реализуются в следующих трех направлениях: во-первых, через учет множественных взаимозависимостей кризисных явлений в социальной идентификации с другими психологическими реалиями; во-вторых, апелляцию к активности субъекта идентификации; и, в-третьих — через учет особенностей восприятия и категоризации самой ситуации социальных изменений.

Примеры первой линии наиболее множественны. Прежде всего, речь может идти об исследованиях взаимосвязи особенностей идентичности с системой ценностей человека. <...> В качестве наиболее масштабно и системно реализованного примера отметим подход Н. М. Лебедевой. Так, в ее исследовании межпоколенной трансформации русской культуры отмечалась выраженная тенденция к сохранению таких базовых ценностей русской культуры как коллективизм и феминность при одновремен-

ной фиксации возникновения у россиян новых ценностей — в частности, индивидуализма и маскулинности (выражающихся в росте мотивации достижения, индивидуального успеха и т.п.). Исследовательница видит в этом противоречии одно из проявлений критических тенденций в этнической идентификации русских, справедливо связывая противоречивость ценностных ориентаций с противоречивостью современной этнической идентичности у русских. <...>

Вторая линия — апелляция к активности субъекта идентификации — представляется менее выраженной. В определенной степени она опирается на общепсихологическое понимание жизненных стратегий личности. С этой точки зрения, существует два типа жизнедеятельности человека: воспроизводящий и воздействующий, и, соответственно, два типа личности, первый из которых более склонен к простому воспроизводству своей жизни, и второй, расширяющий и организующий свою жизнь, оказывающий на нее активное воздействие. Соответственно, прогнозируются и два типа возможных личностных реакций на социальные изменения: восприятие их как потери всех и всяческих ориентиров для самоопределения и отношение к ним как расширению всех и всяческих возможностей, в том числе и идентификационных. <...>

На значимость личностных переменных для характера переживания кризиса идентичности в условиях социальных трансформаций указывает ряд современных отечественных социально-психологических исследований. Так, было показано, что интернальный локус контроля и удовлетворенность осмысленностью существования способствуют более конструктивному протеканию кризиса идентичности, в результате чего зрелость, активность, ответственность личности становятся основными опосредующими факторами сохранения и/или восстановления утраченного в ходе кризиса баланса исходных элементов (позитивной социальной идентичности и толерантности к «чужим»). Также отмечается, что кризисные трансформации идентичности лежат ближе к «групповому» полюсу, а не к «личностному» и могут вести к дезинтеграции и деперсонализации личности. На другом эмпирическом материале — кризисных явлениях в сфере профессиональной идентичности — показано, что под влиянием кризиса идентичности происходит актуализация индивидуально-личностного потенциала, благодаря чему включаются механизмы, которые помогают человеку интегрировать различные влияния профессиональной, культурной и социальной среды и конструктивно построить процесс профессионального самоопределения. <...>

И, наконец, третьей — максимально интересной, но наименее реализованной в эмпирических исследованиях — линией социально-психологического подхода к изучению кризиса идентичности в условиях

радикальных социальных изменений является включение в его анализ такой переменной как субъективное восприятие изменений, отношение к ним самого субъекта идентификации. Подобное включение существенно расширяет поле возможных интерпретаций кризиса идентичности, <...> — прежде всего потому, что обращение к изучению идентичности в условиях перемен в ракурсе опосредующего восприятия самих этих перемен «снижает пафос» ее кризисности, позволяя оценивать актуальные трансформации идентичности как балансы стабильности и изменчивости «Я» в ситуации субъективно воспринимаемой неопределенности.



Раздел V

**ПРАКТИЧЕСКИЕ
ПРИЛОЖЕНИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ**



ПОЗИЦИИ ПСИХОЛОГА-ПРАКТИКА¹

<...> Необходимо решить, в каком отношении цели и задачи психолога находятся с целями и задачами других участников событий, как квалифицировать тот вид деятельности, которым он занимается.

Взаимодействие лиц. Ролевое кольцо

Первым шагом является определение круга лиц (заинтересованных сторон), вовлеченных в процесс. В наипростейшем случае этих лиц всего два: психолог и его клиент. Однако и в этой, на первый взгляд, незамысловатой ситуации положение дел несколько сложнее, чем кажется, во всяком случае, ролевая структура ситуации включает в себя более широкий ролевой репертуар по той причине, что каждый из двух участников может исполнять несколько ролей. Составить ролевой список во всей его полноте вряд ли когда-либо удастся. Однако ключевые роли можно в первом приближении обозначить. Такими ролями будут: Клиент, Заказчик, Спонсор, Посредник, Подрядчик и Исполнитель. Все вместе они составляют ролевую цепочку, или ролевое кольцо (рис. 1).

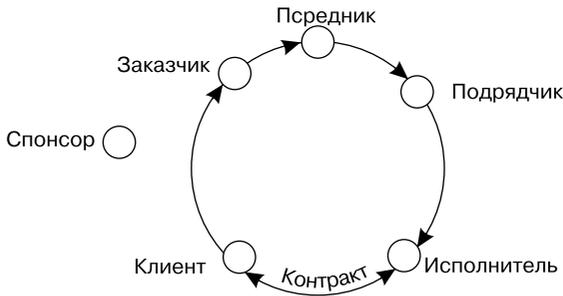


Рис. 1. Ролевое кольцо

Пример: организация подготовки кандидатов в депутаты к выступлениям по телевидению. Клиенты — кандидаты. Заказчик — руководство предвыборного блока. Спонсор — фонд блока партий. Посредники — те, которые предоставляют информацию об институциях или ли-

¹ Жуков Ю. М. Позиции психолога-практика // Введение в практическую социальную психологию / Под ред. Ю. М. Жукова, Л. А. Петровской, О. В. Соловьевой. М., 1994. С. 15–23.

цах, готовых выполнить заказ. Подрядчик — некий центр коммуникативной подготовки. Исполнители — группа тренеров.

Клиент — это тот, у кого есть проблема, Заказчик — лицо, осознающее эту проблему и принимающее на себя ответственность за ее разрешение. Спонсор финансирует расходы. Посредник информирует Заказчика о тех, кто может помочь в решении проблемы. Подрядчик принимает на себя ответственность за выбор конкретных средств, а Исполнитель применяет эти средства.

Непосредственно взаимодействуют между собой Клиент и Исполнитель, но в системе распределения ответственности главными фигурами являются Заказчик и Подрядчик. Исполнитель отвечает за качество и сроки выполнения работы перед Подрядчиком. Этот элемент системы распределения ответственности в принципе не должен быть проблематичным, ибо предполагается, что существуют некоторые профессиональные стандарты, известные как Исполнителю, так и Подрядчику. Подрядчик, в свою очередь, отвечает перед Заказчиком. И здесь оценка эффективности также базируется на профессиональных стандартах. Однако Заказчик, как правило, имеет весьма смутное представление о профессиональных стандартах качества и нечеткое представление о стоимости задействованных ресурсов. Некоторую необходимую информацию Заказчик может почерпнуть у Посредника, но доказательства соответствия выполняемой работы стандартам качества должен предоставлять Подрядчик. Заказчик же отвечает как перед Клиентом, так и перед Спонсором. Соответственно проблема успешности рассматривается в двух планах: как проблема эффекта и проблема эффективности — успешности разрешения проблем Клиента и рациональности расходования средств Спонсора. Казалось бы, что это исключительно проблема Заказчика, но поскольку Заказчик на стадии заключения контракта хочет получить определенные гарантии, то и Посреднику и Подрядчику трудно уклониться от участия в облегчении бремени проблем, которые возложены на Заказчика.

Представление о ролевом кольце полезно не только при рассмотрении проблемы разделения ответственности, оно проясняет также вопросы распределения функций, таких как диагностика состояния дел у Клиента и принятия решений о последующих шагах (кто участвует и на какой стадии процесса). Так, объектом диагностики является Клиент, предварительную диагностику осуществляет Заказчик и, частично, Посредник. Окончательный «диагноз» ставит Подрядчик и информирует о нем Заказчика. Заказчик принимает его или же оспаривает (ставит под сомнение). Решение о вмешательстве (применении того или иного средства, той или иной технологии) также применяется преимущественно в паре Заказчик — Подрядчик с учетом интересов Клиента и Спонсора и мнения Исполнителя. В процессах выработки и принятия решения

Заказчик представляет интересы Клиента и Спонсора, а Подрядчик — Исполнителя. После этого центральное место на сцене занимают Клиент и Исполнитель, а успешность их взаимодействия оценивают Подрядчик и Заказчик.

В приведенных выше примерах каждую роль исполняет физическое или юридическое лицо или группа лиц. Но весьма часто одно и то же конкретное лицо совмещает несколько ролей. Тогда цепочка укорачивается (кольцо сжимается), но структура не упрощается, а картина связей если и не усложняется, то существенно запутывается. На практике это создает значительные трудности как на стадии заключения контракта, так и при оценке выполнения контрактного соглашения. Типичными здесь являются проблемы «диффузия, или потеря, Заказчика» и «подмена Клиента», если не упоминать о той драматической ситуации, которая обозначается как «исчезновение Спонсора». Феномен «потеря Заказчика» возникает тогда, когда лицо, непосредственно определявшее состав заказа, временно «выходит из игры» и перепоручает уточнение деталей контракта и текущий контроль другим лицам, сфера компетенции которых уже необходима для успешного ведения работы (такими лицами могут быть Клиент и Посредник, но не только они). «Диффузия Заказчика» создает значительные проблемы для психолога, во-первых, в связи с тем, что лица, в совокупности представляющие собой «распределенного Заказчика», могут иметь не согласующиеся между собой представления о составе заказа и критериях успешности его выполнения и, во-вторых, процесс делегирования ответственности редко бывает завершенным, ибо изначальный Заказчик сознательно или бессознательно стремится сохранить какую-то степень контроля над ситуацией и право окончательной оценки. Не меньшая напряженность возникает и при «подмене Клиента». Нередко источником проблем в семье, группе, организации является одна часть семьи, группы, организации, но, выступая в роли Заказчика, эта сторона ведет дело так, как будто Клиентом выступает полностью или преимущественно другая сторона. Так, мать, обеспокоенная «плохим поведением» сына, обращается к психотерапевту с полной уверенностью в том, что Клиент — это ее сын, но уже никак не она сама, даже если причина отклоняющегося поведения ребенка коренится в ее способе обращения с ним. Руководство фирмы, озабоченное «снижением управляемости» организации, приглашает консультантов для того, чтобы «поработать с персоналом», хотя начинать здесь надо бы с самого руководства.

Определение того, «кто есть кто» среди круга лиц, вовлеченных в процесс, является не простым и не пустым делом. Установление ролевой структуры — не схоластическое упражнение, а абсолютно необходимый момент профессиональной работы, особенно на стадии заключения контракта, и ошибки здесь, может быть, и простительны, но чре-

ваты. Выяснение того, кто есть Заказчик, а кто — Клиент, полезно уже тем, что позволяет использовать золотое правило: «Если Заказчик не знает, чего он хочет, делай то, что нужно Клиенту!», а если Заказчик находится на более высоком уровне понимания проблем, то вести дело, отстаивая интересы Клиента при соблюдении требований Заказчика.

Можно и нужно сделать еще один вывод из ролевого анализа проблемы контракта. Эта проблема, несмотря на свой несомненно прозаический характер, приобретает, когда ее обсуждают профессионалы, почти сакральный смысл, и в разговоре о ней слышится мистическая тональность. Акт контрактинга теряет часть своей таинственности, если увидеть в нем два акта, два контракта: когда один — это соглашение между Заказчиком и Подрядчиком, соглашение явное, с прописанными или проговоренными взаимными обязательствами и четким разделением ответственности, где доверие устанавливается на рациональной основе, и другой — контракт Клиента и Исполнителя — встреча и взаимное принятие людьми друг друга, принятие зачастую безотчетное и преимущественно иррациональное, а устанавливаемое доверие в этом случае имеет эмоциональную основу. Смущение эти два акта, вполне могущие быть самостоятельными, вызывают тогда, когда они протекают одновременно, ибо нередко Клиент с Заказчиком — одно и то же лицо, так же как и Подрядчик с Исполнителем. Приверженцы транзактного анализа сразу же увидят в таком контрактинге два разговора, два плана: один — по линии «взрослый — взрослый», а другой — по линии либо «родитель — ребенок», либо «ребенок — ребенок», что открывает большие возможности для ведения всяческих игр. И здесь психолога подстерегают разные сюрпризы, так как «ребенок» Клиента, равно как и его «родитель», могут захотеть (и это часто случается) провести испытания, испытания тайные, с труднопредсказуемыми результатами. Да и Я психолога может испытывать большие трудности, когда обсуждаются имеющие принципиальный характер технические детали контракта, а его «ребенок» вдруг нашептывает о Клиенте нечто вроде: «Ни за что его не брошу, потому что он хороший!»

Трудно в этом случае дать однозначную рекомендацию, однако полезно хотя бы знать источник этих трудностей и стремиться развести эти два контракта, если не между двумя парами лиц, то во времени и пространстве, хотя бы и мысленно.

Стоит обратить внимание еще на одну позицию в ролевом кольце. Это фигура Посредника. Она в настоящее время скорее фигура умолчания, чем объект интереса при обсуждении проблем контракта. А ведь очень много контрактов заключалось и будет заключаться при деятельном участии разнообразных посредников, которые существенно лучше ориентируются в областях практической психологии, чем возможные заказчики. Реально такими посредниками выступают специалисты

смежных профессий, уже как-то связанные с потенциальными заказчиками: социологи, политологи, врачи, журналисты, весьма часто среди посредников встречаются лица, получившие когда-то психологическое образование, но работающие в различных организациях «не по специальности». <...>

Позиции психолога-практика при работе с клиентом

Есть, однако, укорененные в культуре образцы или стандарты, к которым тяготеют все эмпирически устанавливаемые формы взаимоотношений психолога с клиентом. В этих устоявшихся в данной культуре формах положение психолога-практика обозначается как позиция Эксперта, Учителя и Консультанта.

<...> Эксперт вступает в дело тогда, когда нечто уже совершено (произошло событие, разработан проект, создан образец продукции) и необходимо как-то квалифицировать это свершившееся, дать прогноз и оценить последствия.

Эксперт — носитель специальных и специализированных знаний и опыта. Поэтому от Эксперта ждут заключений в пределах приписываемой ему компетенции. Из этого следует, что авторитетность экспертных суждений зависит от: 1) связи, усматриваемой между объектом экспертизы и отраслью знаний, которую представляет Эксперт; 2) авторитетности самой отрасли знания; 3) формальных атрибутов самого Эксперта (наличие степеней и званий, занимаемая должность и др.); 4) того специфического доверия, которое возникает в ходе контактов Заказчика и Эксперта.

Положение дел в практической социальной психологии таково, что важнейшим для надления экспертного суждения атрибутом авторитетности выступает как раз последний момент, обусловленный мотивами, подчас весьма далекими от рациональных. Действительно, хотя мало людей сомневаются в важности той роли, которую социально-психологические явления и механизмы играют в жизни общества, авторитет самой дисциплины недостаточно высок, а, кроме того, «всяк сам себе психолог» и чувствует себя вправе оспаривать мнение профессионала, если оно не согласуется с его опытом. Недостаточно высокая репутация научной дисциплины снижает доверие и к таким символам квалификации, как степени и звания, тем более что последние связаны скорее с успехами в разработке теорий и постановке экспериментов, чем с достижениями в прикладных областях. Поэтому авторитетность экспертных заключений в области практической социальной психологии покоится на таком зыбком фундаменте, как впечатления клиентов и заказчиков от личных контактов с психологом. Сколь ни казалось бы это прискорбным, сетования на это обстоятельство малопродуктивны, и

поэтому не следует жалеть усилий для установления деловых и доверительных отношений с партнерами, даже если основания этих отношений представляются иррациональными.

Второе следствие специализированности знаний — использование клиентами и заказчиками отдельных экспертных заключений в комплексе с другими, ибо реальные проблемы часто, если не всегда, должны подвергаться многостороннему анализу, что не обеспечивается дисциплинарным знанием. Данное обстоятельство порождает проблему согласования различных и разноплановых экспертных заключений. В случае когда Заказчик не берет эту проблему на себя, она ложится на плечи самих Экспертов. Формирование комплексного экспертного заключения осложняется не только недостаточной проработкой междисциплинарных связей. Дисциплинарная амбициозность нередко сопровождается личностной, что на эмпирическом уровне различается с большим трудом и не без ошибок. И неудивительно, что Заказчик стремится не только оставить за собой право окончательного «диагноза», но и нередко берет на себя роль арбитра в споре между специалистами, представляющими различные ареалы знания.

Ответственность Эксперта за качество экспертного заключения и полная, и ограниченная. Ограниченность означает то, что эксперт отвечает за обоснованность заключения, его соответствие существующему уровню знаний в данной предметной области, но вовсе не за эффективность решений, принятых на основе экспертных суждений. Однако, несмотря на всю ограниченность зоны ответственности, позиция Эксперта не выражена в поговорке: «Пете-петуху лишь бы прокукарекать — а там хоть и не рассветай!» Эксперт отвечает не только за содержание, но и за форму своих экспертных заключений. Форма должна придавать заключениям действенность — действенность в том смысле, что суждения Эксперта должны с неизбежностью склонять лиц, принимающих решение, не к определенному выбору, но к обязательному учету предметной позиции Эксперта. А для этого экспертное заключение должно быть как минимум понятным и локализованным. Локализованность означает здесь наличие указаний на границы точности и пределы компетентности Эксперта, ведь как давно известно: «Специалист подобен флюсу, ибо полнота его односторонняя». Вот как раз сторону этой полноты и необходимо установить, причем в такой форме, чтобы это было ясно Заказчику.

<...> Учитель занят передачей специальных знаний, необходимых людям для эффективной организации их собственной деятельности в ближайшем и отдаленном будущем.

Работая в позиции Учителя, психолог-практик сталкивается с трудностями, растущими из тех же корней, что и проблемы Эксперта, но имеющими несколько другие следствия, так как ситуации непосред-

ственного взаимодействия с Клиентом существенно другие, отличающиеся в первую очередь длительностью и интенсивностью контактов. Первое впечатление здесь не играет столь большой роли, а возможностей для демонстрации профессионализма несколько больше. Поэтому слишком эффективное начало порождает завышенные ожидания и, следовательно, способно привести к неизбежным разочарованиям.

Практический психолог в позиции Учителя не есть просто преподаватель, от которого ждут систематизированного изложения теорий и фактов, т.е. сведений. Любознательность далеко не всегда занимает высокие ступени в иерархии потребностей Клиента. Да, Клиент нуждается в знаниях, но в знаниях особого рода, получаемых в формах, наиболее пригодных «для употребления», таких как социально-психологический тренинг, группы встреч, видеотренинг и другие так называемые активные методы обучения.

Как правило, Клиент не стремится к интеллектуальной конфронтации и публичному недоверию Учителю. Однако это не означает, что проблема доверия здесь не актуальна, просто она не носит характер рационального отрицания. Клиент бунтует против принятия непривычных для него форм поведения и организации действий преимущественно на бессознательном уровне, а это требует особых способов и подходов. Если Эксперт — убеждает, то Учитель — приобщает.

Если Эксперт вступает в дело после завершения Клиентом некоторой работы, а Учитель выполняет свою миссию до того, как эта работа началась, то Консультант включается в процесс ее выполнения и предоставляет Клиенту свои знания и опыт в тех объемах и формах, которые необходимы на каждом отдельном этапе осуществления некоторой деятельности.

При обсуждении проблемы выбора психологом своей позиции в системе социального взаимодействия участников социальных акций и событий никак нельзя обойти вопрос о степени и способе участия психолога в этих акциях и событиях, когда они обуславливаются борьбой интересов.

<...> Далеко не всегда желание психолога занять отстраненную беспристрастную позицию соответствует ожиданиям Заказчика. Это относится даже к ситуациям проведения массовых опросов, если данные этих опросов при обнародовании могут повлиять на поведение потребителей или избирателей. На практике часто невозможно одновременно следовать принципу невмешательства и принципу следования за Клиентом, если под последним понимать принятие стороны Клиента в возможном конфликте. Такое положение дел мало кому нравится, но здесь нет места подробно разбирать все тактики и ухищрения, которые вырабатываются для того, чтобы как-то совместить несовместимое. Встречаются примеры остроумных решений, но и много софистики, обманов и самообманов. Если смотреть на это дело честно, то от каких-то принципов нам надо отказываться, и от этого невыносимого бремени выбо-

ра нас никто не избавит. Среди критериев конкретного выбора, безусловно, должны быть общепринятая мораль и профессиональная этика.

Однако позициями невмешательства или принятия стороны Заказчика весь диапазон не исчерпывается. Психолог может занять особую пристрастную позицию с отстаиванием своих собственных интересов (например, корпоративных интересов своего профессионального цеха) и участвовать в акциях и событиях как бы наравне с другими. В таком случае его отношения с клиентами и заказчиками могут быть установлены в процессе переговоров и закреплены официальными и неофициальными соглашениями. Хотя на сегодняшний день трудно привести удачные примеры реализации такой стратегии, ее возможность нужно иметь в виду при заключении контрактов.

Л. Я. Гозман, Е. Б. Шестопап

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА¹

Возможность практического использования социальной психологии в политике определяется двумя факторами. <...> Психологию следует использовать в политике в том, и только в том случае, если действия основных участников политического процесса могут быть объяснены психологическими феноменами — установками, типом социализации, восприятием себя и друг друга и т.д. Вторым фактором является наличие в арсенале социально-психологических методов таких, которые могут быть применены для решения политических проблем. <...>

Политическая психология — теория без практики

Психологический анализ явлений политической жизни имеет если и не очень давние, то достаточно прочные традиции. В 30-е гг. были опубликованы первые работы, в которых политика рассматривалась с точки зрения профессиональной психологии. На сегодняшний день количество публикаций исчисляется многими сотнями, если не тысячами, в США выходит ежеквартальный журнал «Political Psychology», активно функционирует одноименная ассоциация и т.д. Значительная часть современных работ по политической психологии отвечает самым высоким научным критериям.

Удивляет, однако, один момент. Открывая книгу, в названии которой присутствуют слова «психология» и «политика», обнаруживаешь,

¹ Гозман Л. Я., Шестопап Е. Б. Политическая психология и политическая практика // Л. Я. Гозман, Е. Б. Шестопап. Политическая психология. Ростов-на-Дону, 1996. С. 393–414.

что авторы ограничиваются лишь объяснением политических феноменов с помощью психологических методов и моделей в политическом процессе. В отличие от, например, работ по медицинской психологии, где за констатацией или объяснением всегда следует анализ возможностей воздействия и коррекции, в книгах по политической психологии практически невозможно найти следов такого подхода. Прикладные аспекты политической психологии остаются вне сферы исследований. Вряд ли это может быть объяснено научным пуризмом или традиционной для либералов, к числу которых принадлежит подавляющее большинство западных психологов, неприязнью к профессиональной политике (мы говорим о западных работах по той простой причине, что отечественная политическая психология находится, при самой оптимистической оценке, на стадии эмбрионального развития). Скорее всего, причина здесь куда более серьезна. Она состоит в том, что прямое использование психологических методов и схем в политике, по-видимому, просто невозможно. Не случайно и то, что профессиональные психологи редко и весьма ограниченно привлекаются для подготовки политических решений и, насколько нам известно, почти нигде не занимают ответственных постов в структурах власти.

К тем трудностям, которые всегда встают на пути превращения науки в ремесло, в случае попыток использования психологии в политике добавляются и некоторые специфические проблемы. Во-первых, работа психолога в политике никак не может быть массовой. Только политики высокого ранга могут позволить себе роскошь иметь «собственных» психологов или организовать в структуре аппарата психологическую службу. Такой политик должен не только обладать для этого достаточными финансовыми возможностями и властью, но и понимать важность психологических аспектов политического процесса, а также недостаточность интуитивного подхода к психологическим проблемам. Такое сочетание является крайне редким. Ну а для «штучной» работы никто не будет всерьез разрабатывать техники и методологию. Таким образом, психолог, оказавшийся внутри властных структур, вынужден сам создавать и методики, и всю идеологию своей работы.

Во-вторых, стандартные методы диагностики и воздействия разрабатываются в расчете на достаточно комфортные условия. Предполагается, что психолог должен иметь возможность провести нужные замеры, обработать и обсудить результаты и т.д. Психологов же, однако, привлекают (в тех редких случаях, когда это вообще делается) в принципиально иных ситуациях — когда решение должно быть подготовлено в течение нескольких часов, ни времени, ни ресурсов на проведение исследования нет, а требования секретности часто делают невозможным замеры даже на очень небольших группах. Это касается, конечно, не только проблем международных отношений или безопасности. Речь может идти, например, о том,

как лучше ответить на выпад политического противника. Обозначенные выше ограничения действуют, однако, и здесь. Кроме того, достаточно часто, вследствие объективных требований политической ситуации, а нередко — из-за громоздкости бюрократической машины или беспорядка и интриг в аппарате власти, психологи, как, впрочем, и другие специалисты, вынуждены проводить свой анализ, располагая лишь частью той информации, которая имеется в распоряжении лидера.

В-третьих, для профессионального политика именно практическая психология — чувства и реакции людей, их взгляды и настроения — является его основным делом, которое он никак не может перепоручить никому другому. А это значит, что только те рекомендации психолога имеют шанс на реализацию, которые соответствуют представлениям политика или политической структуры, выступающих в качестве заказчика. Под соответствием имеется в виду не прямое совпадение с тем, что и так планировалось сделать, — для такого рода рекомендаций специалисты не нужны. Речь идет о соответствии общей концепции и идеологии данной политической группы. Поэтому психолог может успешно функционировать в структурах власти или в политических организациях только тогда, когда он является не просто работающим по контракту профессионалом, а союзником, членом команды, разделяющим принципы и цели той политики, реализации которой он призван содействовать. Это одновременно и необходимое условие доверия к психологу, без которого никакая работа вообще невозможна.

И наконец, в-четвертых, внедрению психологии препятствует крайне негативное отношение к этой работе со стороны общественности, которая видит в психологах либо шарлатанов, либо, в лучшем случае, манипуляторов. Преувеличенные представления о профессиональных возможностях психологов приводят к актуализации страхов «управляемости», потере свободы и т.д. Кроме того, часть граждан склонна считать наличие психологов в аппарате власти показателем профнепригодности самого лидера — психологические проблемы, в отличие от экономических, экологических и прочих задач, где использование консультантов-профессионалов не возбраняется, он должен решать самостоятельно. Из-за наличия таких представлений политики, если уж и создают психологические службы, склонны их всячески прятать, маскировать. Это приводит к тому, что, например, приписанные в целях маскировки к совершенно другому отделу специалисты постепенно начинают использоваться в соответствии со своей номинальной принадлежностью.

Возможные направления и методы работы

Чего не может и не должен делать психолог, работающий в политических структурах или в системе власти?

Многие психологи, ориентированные на такую работу (имеется в виду не просто рассуждающие о возможности использования психологии в политике, но реально пытающиеся работать в этой сфере), идентифицируют себя с консультированием и психотерапией. Они готовы привнести в новую сферу деятельности методы, приемы и идеологию психологической коррекции со всеми их достоинствами и недостатками. Однако работа в сфере практической политики весьма далека от психотерапии. Вера в то, что тренинговая группа, деловая игра или, наконец, индивидуальная терапия является универсальным средством решения человеческих проблем, здесь только мешает. Политик не похож на традиционного клиента, нуждающегося в принятии со стороны психотерапевта и озабоченного взаимоотношениями с окружающими. Политик — это человек, победивший на выборах и переигравший своих конкурентов в закулисной борьбе, человек, принявший на себя огромную ответственность. Он осознает свою силу, считает себя не таким, как все остальные, у него часто присутствует ощущение своей миссии. Его отношения с людьми, особенно с сотрудниками, в значительной степени инструментальны. Конфликты и барьеры в отношениях с близкими, так же как и глубинные личностные проблемы, если и осознаются, то находятся на периферии сознания и не рассматриваются как ведущие.

За этим комплексом чувств и особенностями жизненного пути могут, конечно, стоять слабость и патология — политики вовсе не обладают монополией на психическое здоровье и личностную зрелость. Но ведь успешная коррекция возможна только тогда, когда между психологом и его клиентом существует согласие относительно целей и методов их взаимодействия, т.е. клиент сам должен выступить заказчиком личностно-ориентированной работы. Политик источником такого заказа быть не может, он не связывает свои трудности ни со своей личностью (в конце концов, он такой, каков он есть, уже добился успеха и поэтому не видит никаких оснований меняться), ни со своими коммуникативными навыками. Иногда он может обратиться за советом по поводу быстрой и эффективной релаксации, но эту работу специалисты по аутотренингу делают, в общем, лучше психологов.

Итак, даже в случае когда личностные и коммуникативные проблемы политика достаточно очевидны, психологу не следует предлагать свою помощь в их разрешении — это предложение не только будет отвергнуто, но и заставит сомневаться в возможности дальнейшего сотрудничества. Особенно неадекватны любые попытки психологической интерпретации поведения заказчика — политика осуществляется в настоящем, идея поиска корней и внутренних, скрытых пружин собственного поведения бесконечно далека от практического политика.

Необходимо также помнить, что применение традиционных психологических методов требует и времени, и сил. Ни того, ни другого нет и

не может быть у наших политиков. Можно спросить о том, адекватно ли организован их рабочий день, делом ли они занимаются и не лучше ли было бы для страны, чтобы хотя бы некоторые из них работали поменьше, но нельзя игнорировать тот факт, что большинство из них функционируют на пределе возможностей и любой психотерапии предпочтут возможность нормально выспаться.

Традиционный заказ на личностную коррекцию или коммуникативный тренинг может поступить от человека или группы, которые только борются за место в структуре власти, готовясь к выборам или находясь в оппозиции. У этих людей обычно больше времени и они чаще склонны объяснять неудачи своих предыдущих попыток такими поддающимися, как им кажется, изменению факторами, как коммуникативные навыки или уровень «сыгранности» команды. Правда, такие представления и соответственно такие заказы и у нас, и за рубежом более характерны для тех политиков, которые не имеют шансов на успех. Серьезная оппозиция и реальные претенденты на власть, в общем, разделяют менталитет действующих политиков. Надо сказать, что и эффективность такого рода работы не слишком велика. Показателем этого служит, например, тот фактор, что лишь очень небольшая часть активно действующих западных политиков считает целесообразным организацию психологического тренинга в рамках той подготовки, которую политические партии и группировки дают своим молодым активистам.

Как это часто бывает, негативная часть — чего не надо делать — прописывается куда яснее, чем позитивная — чем все-таки следует заниматься. <...>

Участие в разработке и принятии решений

<...> Задача психолога, участвующего в принятии решений, двояка. Он должен, во-первых, корректировать рассматривающиеся проекты с точки зрения их психологической грамотности — следить за тем, чтобы в них не было заложено нереалистических ожиданий, ошибочных представлений о причинно-следственных связях в человеческом поведении, чтобы они не провоцировали людей на деструктивные действия или не способствовали появлению депрессивных реакций и т.д. Второй, не менее важной задачей психолога является психологизация самого процесса принятия решений. Как человек иной, чем все остальные, профессиональной ориентации, он должен способствовать тому, чтобы политики осознавали тот факт, что в любом их действии заложены определенные требования к поведению и чувствам граждан, и чтобы этот психологический компонент постоянно присутствовал в их сознании наравне с экономическими и иными «надчеловеческими» соображениями.

Необходимым, но, разумеется, недостаточным условием ее успеха является компетентность психолога в рассматриваемых вопросах, будь

то экономика или социальные проблемы. Ни у кого из политиков, особенно в нашей напряженной ситуации, не будет ни времени, ни желания бесконечно объяснять психологу очевидные с их точки зрения истины. Что касается собственно профессиональных примеров, то, если ситуация позволяет, могут быть проведены замеры возможных реакций людей в различных регионах или по разным социальным группам. Однако, поскольку политическая ситуация всегда сложнее любой модели, которую мы можем воспроизвести в эксперименте, более надежным представляется экспертный анализ. Целесообразным является создание экспертной группы, состоящей из психологов, психотерапевтов, психологически ориентированных социологов. Члены группы должны регулярно следить за развитием событий, получать соответствующую информацию и, вообще, быть лично вовлеченными в политическую ситуацию. Собираясь регулярно или по мере необходимости (первое предпочтительнее, так как способствует формированию у членов группы и чувства ответственности, и навыков анализа политической ситуации), эти люди могут давать заключения о психологических последствиях тех или иных акций, об их влиянии на общественную атмосферу, поведение людей, их отношение к лидерам и институтам и т. д. Эта же группа способна предлагать нестандартные пути решения кризисных ситуаций, прогнозировать возникновение конфликтов и т.д. Момент пролонгированности такой работы, участия в группе на постоянной основе представляется принципиальным. Опыт показывает, что спорадическое привлечение к экспертизе даже и весьма серьезных специалистов, но не владеющих ситуацией во всех деталях, себя не оправдывает.

***Анализ динамики общественного мнения и поиск путей воздействия
на установки и настроение граждан***

Первая часть этой задачи требует тесного взаимодействия с социологами. При этом желательно не ограничиваться анализом данных опросов общественного мнения, а проводить серии интервью, направленных на выяснение мотивации ответов и психологических механизмов, обеспечивающих то или иное предпочтение. <...> В случае дефицита времени — стандартной, к сожалению, ситуации для работы в рамках политических структур — можно ограничиться телефонными опросами, которые, при известных навыках интервьюеров, могут дать очень ценные результаты. Следует, кроме того, помнить, что политики обычно и сами достаточно тонко чувствуют настроения людей (или думают, что чувствуют), поэтому их запрос к профессионалам часто касается не того, что происходит в общественном мнении сегодня, а того, чего можно ожидать завтра. Так что самое важное — не констатация нынешнего положения, а прогноз, который невозможен без понимания психологических механизмов, определяющих мнения и настроения людей. <...>

Задача воздействия особенно актуальна как минимум в двух ситуациях: когда власти приняли или готовятся принять непопулярное решение и когда есть основания считать, что общественное раздражение достигло таких пределов, что может вылиться в беспорядки и насильственные действия. Политики здесь действуют своими методами. Они организуют кампании в средствах массовой информации, выступают перед избирателями, пытаются заручиться поддержкой лидеров мнений — все это с целью убедить людей в необходимости и желательности принятых мер. Психологи же должны определить подлинные причины недовольства (как и в межличностных конфликтах, поводы могут быть бесконечно далеки от причин), выяснить, какие аргументы будут наиболее эффективны, когда и в какой форме их следует использовать и т.д.

Наиболее ответственной и сложной является работа по прогнозированию массовых агрессивных действий и по поиску путей их предотвращения. Акты насилия часто оказываются неожиданными для политиков. Никто из них, например, не предполагал, что перебои в снабжении сигаретами окажутся опаснее для социальной стабильности, чем нехватка хлеба и молока, что люди, выросшие в условиях тотального дефицита и с рождения привыкшие к очередям, именно в этом случае начнут блокировать улицы и призывать к бунту. <...> И в социальной сфере, и в экономике образ ситуации не менее важен, чем сама ситуация. Разработка стратегии формирования более позитивного образа текущей экономической ситуации, собственного будущего, истории страны — все это может и должно входить в профессиональную задачу психологов. В конце концов, существенная часть любой психотерапии — формирование у клиента на той же эмпирической базе более благополучной картины собственной жизни. <...>

Оптимизация образа власти или политической структуры

Положительный образ лидера, проводимой им политики и окружающих его людей — необходимое условие успеха политики, особенно политики реформ. <...> Роль психологов сводится не к тому, чтобы «сделать» из данного политика человека, который понравится избирателям. Во-первых, это невозможно, переделывать человека бессмысленно, во-вторых, как уже говорилось, у действующих политиков нет ни времени, ни сил на «работу над собой». Психологи работают с тем «материалом», который есть. Они должны давать политику обратную связь относительно динамики его образа, а также образа его окружения, атрибутируемых ему мотивах, его положительных и отрицательных чертах, как они подаются средствами массовой информации. При этом основное внимание следует уделять телевидению — газеты ориентируются на свою специфическую аудиторию с уже сформированными взглядами. Телевизионная же аудитория универсальна, любое изменение акцентов в те-

левизионных программах воздействует на группу граждан с еще не сформировавшимися установками, т.е. на ту группу, за симпатии которой и идет борьба.

Каждое выступление политика может стать предметом профессионального анализа (оптимальным представляется сочетание контент-анализа и экспертной оценки). Если переделывать человека — задача невыполнимая, то давать ему обратную связь, показывать, где он упустил возможности пойти навстречу ожиданиям людей, успокоить их или что-то объяснить, когда был излишне формален или высокомерен, а когда проявил действительное понимание аудитории, — дело и возможное, и полезное. Естественно, такая работа бесконечно далека от серьезного коммуникативного тренинга, но при наличии у политика мотивации и таланта к общению она может дать определенные плоды. В нашей профессиональной компетенции находится и стратегия формирования образа: какую следует давать информацию о семье и детстве, как добиться того, чтобы граждане воспринимали лидера не только профессиональным, но и честным, не только решительным, но и осторожным и т.д.

Создание психологических портретов оппонентов и политических партнеров. Эта несколько экзотическая работа необходима тогда, когда осуществляется подготовка к контакту с малознакомым партнером, будь то союзник или противник. Чаще всего речь может идти о зарубежных лидерах, хотя в некоторых случаях такая работа может быть целесообразна и внутри страны. В зависимости от степени серьезности проблемы и срочности задания это может быть и очень серьезное исследование с привлечением самого разнообразного материала, а может быть и краткий, весьма поверхностный очерк. Цель портрета — помочь лидеру подготовиться к встрече, представить себе, каких реакций следует ожидать, какие приемы могут быть эффективны в общении с данным человеком. Такого рода работа проводится во многих странах, но никто не знает, пользуются ли ее результатами те, для кого она предназначена. Можно предположить, что если и да, то лишь на самом начальном этапе взаимодействия, после чего, как и положено нормальному человеку, начинают больше доверять собственной интуиции, чем написанным заранее инструкциям. <...>

Последнее замечание о методах. Отсутствие четко расписанных технологий может, конечно, вызывать раздражение. Но вспомним известное определение «Политика — искусство возможного». В нем подчеркивается последнее слово. Но первое — не менее важно. Политика — это искусство, где лишь интуиция и опыт позволяют эффективно использовать огромный массив знаний и весьма ограниченный набор стандартных примеров. Психология в политике — тоже искусство. Как, впрочем, и любое ремесло.

С. А. Липатов

ПРОБЛЕМА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПРИВЕРЖЕННОСТИ И ИДЕНТИФИКАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ¹

<...>

Вхождение человека в организацию связано с решением нескольких проблем: его адаптации к новому окружению, обучения и социализации формирования привязанности к организации и *организационной идентичности*. Эффективная работа организации возможна при условии, что каждый ее член будет полностью включен в структуру организации, систему коммуникационных связей, технологические и социальные процессы, происходящие в организации. Все это предполагает социально-психологическую адаптацию человека к организации, усвоение ее культурных ценностей и соответствующих норм поведения. Возможности включения человека в организационное окружение (данный процесс называется организационной социализацией) зависят в равной мере от характеристик организации и самого человека. Большинству новых работников приходится социализироваться в рамках организации сразу в двух пространствах: непосредственном рабочем окружении и организации в целом.

<...>

Традиционно в зарубежной организационной психологии подобные проблемы изучаются в рамках исследований *приверженности к организации* (organizational commitment). В науке существуют два подхода к рассмотрению феномена приверженности — *установочный* и *поведенческий*.

В качестве общей установки в изучении приверженности к организации особое место отводится *преданности* ей. Приверженность организации чаще всего определяется как: 1) сильное желание остаться членом данной организации; 2) желание прилагать максимальные усилия в интересах данной организации; 3) твердая убежденность в корпоративных ценностях и принятие целей данной организации. <...>

В настоящее время приверженность организации все чаще рассматривается как многомерный конструкт. Некоторые авторы перечисляют три основных компонента приверженности организации: 1) *идентификация* — сильная вера и принятие организационных целей и ценностей; 2) *вовлеченность* — желание прилагать значительные усилия в интересах данной организации; 3) *лояльность* — выраженное желание остаться членом данной организации.

¹ Липатов С. А. Проблема организационной приверженности и идентификации с точки зрения социальной психологии // Мир психологии. 2004. № 2. С. 142–148.

Дж. Мейер и Н. Аллен предложили другую трехкомпонентную модель приверженности организации как установки:

1. *Аффективная приверженность* включает *эмоциональную* привязанность к организации, самоидентификацию с организацией и вовлеченность в ее дела и проблемы.

2. *Приверженность, обусловленная стажем*, связанная, в частности, с пониманием тех потерь, которые вызовет уход из организации.

3. *Нормативная приверженность*, т.е. ощущение работником своей обязанности оставаться в организации.

Поведение, связанное с *эмоциональной* приверженностью, включает поведение, определяемое как поведение «гражданина» организации. Это «полезные, конструктивные поступки, совершаемые членами организации и ценимые или одобряемые должностными лицами, но не связанные непосредственно с индивидуальной продуктивностью и выходящие за рамки должностных обязанностей». Сотрудники с сильной *эмоциональной* приверженностью более готовы к участию в организационном «гражданском» поведении, чем те, у кого она выражена слабее.

Организационная приверженность активно исследуется уже свыше тридцати лет. В результате установлены интересные и важные для ее понимания и определения данные. Выявлено, например, что приверженность к организации определяется рядом факторов как личного (возраст, стаж работы в ней, черты характера — положительная или отрицательная аффективность, внутренний или внешний локус контроля и др.), так и организационного (исполняемые обязанности и стиль непосредственного руководителя) порядка. В качестве важнейших организационных факторов, влияющих на приверженность работников, рассматриваются:

- возможности, которые созданы в организации для удовлетворения основных потребностей персонала;
- уровень рабочего стресса;
- степень информированности работников;
- степень вовлеченности работников в решение проблем организации.

Кроме того, установлено, что даже внеорганизационные факторы, такие как наличие альтернатив после принятия решения о вступлении в данную организацию, также оказывают некоторое влияние на последующую приверженность организации.

В результате исследований организационные психологи пришли к общему мнению, что приверженность сотрудников к организации возникает в процессе взаимодействия — переменных индивидуальных различий (таких, как возраст и пол), личных психологических переменных (таких, как потребности и ценности) и аспектов конкретной рабочей ситуации (таких, как характер работы).

Поведенческий подход к пониманию приверженности организации рассматривает ее как склонность индивида к определенным поведенческим действиям, совершенным свободно и публично и связанным с продолжением работы в организации. Однако на основе этого подхода проведено меньшее число исследований.

Общим для вышеотмеченных (установочного и поведенческого) подходов является понимание приверженности как психологического состояния, которое характеризует взаимосвязь сотрудников и организации и связано с их решением по поводу того, продолжать или не продолжать членство в организации. Для описания этой взаимосвязи довольно часто используется также понятие «*идентификация*», которое рассматривается как критически важная переменная, влияющая на удовлетворенность сотрудников своей причастностью к организации и эффективность организации. Однако понятия *приверженности* и *идентификации* часто смешиваются. Некоторые исследователи отождествляют идентификацию и приверженность, в то время как другие рассматривают первое понятие в качестве составляющей организационной приверженности. Причем такие термины, как «*лояльность*», «*преданность*», «*обязательство*» и «*привязанность*», также часто используются как синонимы данных понятий. Подобно многим понятиям организационной психологии приверженность (*commitment*) концептуализируется и измеряется различным образом. Все это приводит к концептуальной путанице и разногласиям. В свое время А. Зандер предположил, что приверженность организации является сложным феноменом, объединяющим в себе понятия сплоченности, желания группового успеха и конформности к групповым стандартам. Данное утверждение связывает концепцию приверженности организации с традиционными понятиями социальной психологии.

Организации в контексте данной проблемы можно рассматривать как внутренне структурированные группы, находящиеся в сложных сетях межгрупповых отношений, характеризующихся дифференциацией власти и статуса. Люди, работающие в организациях, обычно идентифицируют себя с организацией в целом, подразделениями или рабочими группами. Хотя для многих людей их *организационная идентичность* может быть более важной, чем тендерная или этническая идентичность, и поэтому в значительной степени может определять поведение и отношения индивидов, социальные психологи в целом до сих пор не проявляют достаточного внимания к этому феномену и к организационным группам в целом. <...>

Не так давно в рамках социальной психологии (в первую очередь, в Европе) возникла традиция исследования *организационной идентичности*, основные постулаты которой вытекают из теорий социальной идентичности Г. Тэджфела и самокатегоризации Дж. Тернера. <...> В после-

днее время данные концепции становятся все более востребованными в исследованиях организаций. Переосмысливаются традиционные проблемы организационной психологии с позиций самоопределения индивидов в социальном (групповом и организационном) контексте, и все более четко устанавливается важность этого для понимания большинства организационных процессов.

Финский исследователь Ю. Липпонен на основе анализа литературы по методикам измерения *групповой идентификации* и *аффективной приверженности* пришел к выводу об их фактической схожести (на уровне содержания пунктов вопросников). Приняв как факт, что аффективная приверженность и групповая идентификация концептуально и операционально почти эквивалентные понятия, Ю. Липпонен определяет *организационную идентификацию* как восприятие и чувство единства с организацией или принадлежности к организации, когда индивид определяет себя в терминах организации, членом которой он является. На основе данного понимания в своем исследовании он изучал некоторые предпосылки (размер, престижность группы и т.п.) и следствия (сверхролевое поведение и т.д.) организационной идентификации в группах, функционирующих в условиях морского порта. В то же время другие авторы утверждают, что, несмотря на известную схожесть, рассматриваемые феномены (аффективная приверженность и групповая идентичность) различаются между собой как на теоретическом уровне (идентификация обладает когнитивным компонентом, которого нет у аффективной приверженности), так и на уровне инструментально-измерительном.

Нам представляется, что использование понятия *организационной* идентификации (а также организационной идентичности) позволяет более полно учесть *социальный контекст* функционирования индивида в организации и вне ее, а не просто рассматривать психологическую связь индивида и организации, в отличие от понятия организационной приверженности, которое в этом смысле является индивидуалистически ориентированным конструктом организационной психологии.

Изучение идентификационных процессов и межгрупповых отношений в организациях является важной задачей социальной психологии организации в современных условиях размывания границ между организацией и внешней средой, слияния и поглощения компаний, внедрения новых типов организационных структур. Объединение двух исследовательских стратегий (идентификации и приверженности) может дать дополнительную выгоду для науки и практики. В этом плане вклад исследований организационной приверженности в понимание организационной идентификации видится, прежде всего, в более подробном изучении мотивационных источников последней, к которым могут относиться деньги, коллектив или работа, а не только мотив самоуважения. Однако теория социальной идентичности обращает внимание на новые

социально-психологические факторы организационной приверженности, такие, например, как множественная идентичность, борьба мотивов включения и исключения и т.д., которые не изучаются в традиционных исследованиях приверженности работников своей организации.

Кроме того, представляется необходимым исследование глобальных социальных факторов, оказывающих влияние на организационную приверженность и идентификацию: национальной культуры и организационной культуры.<...>

Можно утверждать, что исследования в области теорий социальной идентичности и самокатегоризации позволяют по-новому взглянуть на проблемы мотивации организационной принадлежности и объяснить различные формы организационного поведения, связанные с членством людей в разных социальных группах, в том числе национальных и организационных. Такая ориентация исследований соответствует общей идее современной социальной психологии о необходимости большего учета факторов культуры, действующих на процессы идентификации и самокатегоризации.

Необходимо отметить, что общепринятое в литературе по *организационной приверженности* предположение о том, что люди нуждаются в материальных, социальных и психологических побуждениях и вознаграждениях, которые содействуют их идентификации с организацией, является односторонним. В большинстве исследований используются методы, которые практически не исследуют глубину значения приверженности *для индивида*, она рассматривается как его реакция на внешний стимул. Так, А. Рейчерс говорит, что в традиционных исследованиях организационной приверженности собственным восприятием индивидуума и его определением приверженности (лояльности) пренебрегли и что шкалы измерения, которые обычно используются в этих исследованиях, не могут отражать возникновение приверженности на основе личного опыта индивида. Необходимо уделить больше внимания изучению приверженности, основанной на доверии и ответственности, и факторов, влияющих на нее, как экономических, так и этических.

Обеспечение высокой степени приверженности работников своей организации, предполагающее усиление *идентификации работников с профессиональной ролью*, подразделением или корпорацией в целом, рассматривается лучшими западными компаниями как один из наиболее важных элементов *организационной культуры*. <...>

Таким образом, понятие организационной культуры фокусирует наше внимание на *осмыслении и интерпретации* работниками своего внутриорганизационного окружения. *Традиционные теории организации*, рассматривая сущность организационной культуры и ее особенности, выделяют, в частности, такие характеристики, как: наличие критериев организационного членства и границ, общей цели, формальной струк-

туры, внешнего окружения, по существу фиксируя безличный характер отношений. Другими словами, традиционно организационная культура рассматривается как объект, независимый от людей и их отношений между собой. Работники же рассматриваются как работающие в организации и для организации. Люди, в общем, понимаются как обладающие фиксированными, неизменными качествами, которые не зависят от контекста, в котором они находятся.

Другой подход, который можно назвать *социально-конструкционистским*, утверждает, что члены организации, находясь в различных отношениях с другими людьми и их действиями, создают (творят) отношения, которые характеризуются различными социальными конструкциями реальности, придающими смысл всему, что происходит (или должно происходить) в организации.<...>

Т. Ю. Базаров

ТЕХНОЛОГИЯ ASSESSMENT CENTRE В РАМКАХ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ¹

<...>

Управление компанией, как частный случай управления, включает в себя:

- стратегическое управление (определение целей компании);
- оперативное управление (организация структур и процессов);
- управление персоналом (руководство).

Трудности с разведением понятий «руководство» и «управление» в сложных системах усугубляются тем, что в отличие от технических или технологических процессов любой бизнес-процесс осуществляется людьми и через людей. По-другому, управление людьми — это и отдельный бизнес-процесс, и необходимая функция любого другого бизнес-процесса.

Основной задачей управления персоналом является обеспечение успешной деятельности компании, что предполагает системное решение всего комплекса проблем, связанных с поиском, отбором, наймом, обучением, оценкой и стимулированием работников. Со временем практики осознали необходимость выделить некоторые критически важные характеристики работников, которые позволили бы увязать в систему все кадровые процессы. Такими «сквозными» характеристиками, по-

¹ *Базаров Т. Ю.* Технология assessment centre в рамках организационных изменений // Т. Ю. Базаров. Психологические грани изменяющейся организации. М., 2007. С. 186–210.

звolyяющими целенаправленно выстроить все этапы и процессы кадровой работы, стали компетенции. Понятие это сложное, системное и отнесенительно новое. Путаницы в понимании и применении его достаточно много, поэтому есть смысл разобраться, что же за реальность стоит за ним. <...>

Для того чтобы с профессионально важными качествами было удобно работать, их нужно объединять в группы, при этом группировать можно по разным признакам. Например, выделяются: физические характеристики человека (рост, вес), медицинские (состояние систем организма — нервной, сердечно-сосудистой и т.д.), физиологические (скорость реакции, особенности внимания и т.п.). Эти группы профессиональных качеств активно исследовались в 1950—1970 гг. в ответ на запрос со стороны таких отраслей, как космонавтика, авиация, атомная энергетика, эксплуатация сложных военных систем и т.п. <...> В этот период активно использовался термин «*профессионально важные качества*» (ПВК), при этом всем специалистам было понятно, что речь идет только об отдельно взятых качествах человека, критически важных для деятельности.

В конце 1970-х гг. возросла потребность в оценке сотрудников, занимающихся умственным трудом, в первую очередь менеджеров. В диагностике акцент сместился на знания, умения и навыки (ЗУН), в связи с чем стал использоваться термин «*элемент квалификации*». Достаточно длительный период оценивания сотрудников по знаниям, умениям и навыкам выявил недостаточную прогностичность таких оценок. Поэтому в 1990-е гг. стали активнее исследовать такие аспекты, как мотивация, эмоциональный интеллект (*EQ*), личностные качества типа корпоративной лояльности, ориентации на результат и т.д. С расширением спектра оцениваемых профессионально важных качеств и особенностей личности возникла необходимость в максимально широком понятии, позволяющем определить «готовность человека к эффективно-му выполнению определенной работы». Было предложено понятие «компетенция». <...>

Понятие компетенции можно рассматривать со стороны, обращенной к работе, и со стороны, обращенной к человеку. Говоря о компетенции должности (рабочего места), мы имеем в виду требования, необходимые для успешного выполнения работы. Говоря о компетенции сотрудника, мы имеем в виду его способность и готовность к выполнению работы определенного вида (например, проводить переговоры или анализировать финансовые показатели) с требуемым уровнем качества.

Специалистами предложено множество определений понятий «компетенция» и «компетентность», особенно в англоязычной литературе. В качестве рабочих приведем следующие:

Компетентность (от лат. *competens* — соответствующий, способный) — особый тип организации знаний, навыков, умений и фундаментальных

способностей, который позволяет индивидам или организациям быть успешными в определенном виде деятельности.

Компетенция — интегральное качество, сочетающее в себе знания, профессиональные навыки и личностные качества человека, необходимые для успешной работы в определенной профессии на определенной должности в конкретной компании, характеризующейся особой спецификой организации работы, описанное в терминах наблюдаемого поведения. Это своего рода модель поведения, необходимая для достижения требуемых результатов.

Специалисты выделяют различные виды компетенций. Например, можно предложить такую типологию: стандартные, ключевые и ведущие.

Стандартные компетенции — способности решать типовые для данного вида деятельности задачи.

Ключевые компетенции — способности решать инновационные для данного типа деятельности задачи.

Ведущие компетенции — способность к созданию новых видов профессиональной деятельности. <...>

Более сложное понятие «компетенция», пришедшее на смену старым мерам оценки профессионализма, требовало новых оценочных процедур и технологий. Такой новой технологией оценки стали **ассесмент-центры** (*assessment centre*), в буквальном переводе — «центры оценки». <...>

Суть метода заключается в том, что испытуемому предлагается выполнить ряд упражнений, моделирующих ключевые моменты деятельности, в которых проявляются имеющиеся у него знания, умения и профессионально важные качества. Степень выраженности этих качеств оценивается подготовленными оценщиками по специально разработанным *критериям оценки*, полученным в результате анализа работ. На основании оценки делается заключение о степени пригодности человека к данной работе, о необходимости дополнительного обучения или индивидуальных консультаций, о продвижении по службе. Количество участников *assessment centre* ограничено (4–12 человек). Продолжительность процедур — один-три дня.

Технология *assessment centre* используется для отбора, обучения и развития персонала. Технология хорошо разработана, описана и применяется во многих крупных компаниях.

Для реализации в компании проекта оценки персонала по технологии *assessment centre* необходимо:

- разработать модель компетенций, специфичную для данной компании;
- подготовить упражнения и задания для оценки компетенций, а также систему критериев для их оценки;
- подготовить группу оценщиков — отобрать и обучить;

- провести собственно оценку работников по результатам выполнения ими упражнений и заданий;
- обработать полученные данные, подготовить отчеты и рекомендации.

К позитивным особенностям проведения *assessment centre* нужно отнести:

- *комплексность* — участники проходят испытание различными упражнениями и техниками;
- *реалистичность* — оценивается только наблюдаемое поведение участников; оценщикам запрещается строить гипотезы о причинах поведения;
- *независимость* — каждый участник оценивается несколькими специалистами;
- *объективность* — выводы основываются на стандартизированных оценках, фазы «наблюдения» и «оценки» разнесены во времени;
- *достоверность* — выводы основываются на согласованных оценках результатов выполнения многих заданий большим количеством независимых экспертов;
- *системность* — оцениваются все интересующие управленческие уровни и структурные подразделения компании;
- *сопоставимость результатов* — сотрудники разных подразделений оцениваются по одной модели компетенций.

Учитывая значимость и потенциальную «конфликтогенность» любых оценочных процедур, особенно важно, что результаты *assessment centre* очень *убедительны* как для руководства компании, так и для всех участников. <...>

На сегодняшний день существует несколько видов *assessment centre*:

- 1) **традиционный**, направленный на диагностику, выявление стандартных компетенций;
- 2) **развивающий**, направленный на выявление ключевых компетенций и на дальнейшее развитие персонала;
- 3) **самопознания**, также направленный на выявление сильных сторон участников и их потребностей в развитии. Особенность этого вида технологии оценки — в особом внимании к самооценке человеком эффективности собственной работы, акценте на определении им своих потребностей в развитии.
- 4) **стратегический**, направленный на использование проективных ситуаций для работы с ведущими компетенциями. Это технология оценки кадрового потенциала компании и поддержки процессов организационных изменений на всех уровнях: личности, управленческой команды и организации в целом. <...>

Для успешной работы на конкретной позиции в конкретной компании человек должен обладать несколькими компетенциями. Соответственно оценивать и развивать нужно различные профессиональные навыки и личностные качества. В качестве следующего шага в развитии понятия «компетенция» было предложено понятие «модель компетенций».

Модель компетенций — это набор компетенций, необходимых сотрудникам для успешного выполнения работы, достижения высоких результатов.

Сегодня специалисты разрабатывают *типовые* модели компетенций, позволяющие им быть успешными, к примеру, на менеджерских позициях, и *корпоративные* модели компетенций, обеспечивающие успешную работу в конкретной компании. Наличие модели компетенций — своего рода единой «системы координат» оценивания — позволяет согласовывать критерии подбора и оценки специалистов и менеджеров со стратегией компании, нанимать и продвигать сотрудников, чей потенциал максимально соответствует ее потребностям, что повышает эффективность принимаемых кадровых решений. Для самих работников модель компетенций задает приоритетные направления профессионального развития, востребованные в данной конкретной компании. Оценка сотрудников по модели компетенций помогает согласовать все элементы системы управления персоналом, дает материалы для разработки комплексной системы обучения и развития персонала компании, системы мотивации и стимулирования труда, позволяет объективно оценить их эффективность. Результаты такой оценки помогают выявить в компании лучших сотрудников и разработать эффективные меры для их удержания. Модель компетенций также позволяет целенаправленно формировать корпоративную культуру компании, поскольку определяет систему эталонов рабочего поведения сотрудников.

Assessment centre позволяет провести диагностику кадрового потенциала компании. Если проводилась оценка управленческого звена, то компания получает срез своего управленческого потенциала: степени развития требуемых интеллектуальных, коммуникативных, организаторских и личностных качеств менеджеров, уровня их профессиональной компетентности. Если оценивались специалисты, то — срез обеспеченности компании профессионалами, прогноз эффективности их деятельности в конкретных условиях, основание для разработки карьерных планов. Точный анализ имеющихся и недостающих компетенций позволяет разрабатывать комплексные программы обучения и развития персонала, причем не «вообще», впрямую, а адресно и прицельно — для компенсации дефицитных навыков и качеств и развития необходимых на перспективу. На основе оценки эффективности сотрудника в определенных сферах деятельности, выявления его потенциала и «зоны ближайшего развития» для каждого человека можно дать прогноз инди-

видуального развития, разработать личные планы обучения и развития. Кроме того, можно показать перспективу развития организации в целом, оценить степень ее готовности к изменениям.

В соответствии с потребностями организации и целями проведения *assessment centre* его результаты могут быть представлены в виде:

- индивидуальных заключений по каждому участнику (профили профессионально важных качеств, индивидуальные балльные профили, психологические портреты, характеристики, рекомендации);
- обобщенного аналитического отчета (включающего ранжированные списки участников, списки наиболее успешных рабочих групп, рекомендации по формированию эффективных проектных групп) и базы данных. <...>

Результаты *assessment centre* дают возможность провести специальный анализ кадрового состояния организации, так называемый *кадровый аудит*. Понятие «кадровый аудит» — достаточно новое в практике кадрового менеджмента. Оно включает следующие элементы:

- оценку уровня профессиональной обеспеченности организации (количества и качества специалистов, работающих на различных уровнях и направлениях);
- оценку степени готовности организации к изменениям;
- выявление существующих в организации типов организационной культуры;
- построение прогноза развития организации и оценку степени реализуемости поставленных целей;
- подготовку рекомендаций по конкретным кадровым программам (набору, развитию персонала, планированию карьеры, обучению, программам оценки труда и стимулирования и т.п.).

Полученные результаты оценки должны показать, где находится компания сегодня, и наметить пути улучшения ее работы. <...>

Поскольку комплексная оценка персонала с использованием технологии *assessment centre* — процесс достаточно сложный и трудоемкий, выбор способа ее проведения сам по себе является проблемой. Компания может попробовать провести оценку силами собственных специалистов, обученных на специализированных курсах, либо пригласить консультантов. Оба подхода имеют свои положительные и отрицательные стороны. Выбор определяется поставленными задачами, размерами компании, наличием ресурсов. Как показывает практика, крупные успешные компании предпочитают создавать постоянно действующее специализированное подразделение, основная задача которого — проведение оценки различных категорий персонала. В таком случае компания может заказать большой консалтинговый проект, результатом которого будет не только

разовая оценка персонала, но и передача технологии, разработка корпоративной модели компетенций и методического обеспечения, обучение сотрудников будущего корпоративного центра оценки.

Если для разового проведения *assessment centre* принято решение пригласить внешних консультантов, то необходимо тщательно выбрать провайдера — оценить «портфолио» реализованных проектов, репутацию компании, квалификацию членов команды. В компании должен быть назначен менеджер проекта (это может быть сотрудник службы управления персоналом, отвечающий за вопросы оценки и подбора персонала). Менеджер проекта должен уметь сформулировать цели проведения оценки, привлечь специалистов для проведения анализа работ, разработки критериев оценки и заданий, поставить задачу консультантам. <...>

Нередко в качестве экспертов выступают руководители оцениваемых (выше на два ранга по должности), целесообразно также привлекать в качестве экспертов сотрудников службы управления персоналом. Работа экспертов очень ответственна. Для того чтобы получить качественные результаты, нужно проводить подбор кандидатов с максимальной тщательностью, их обучение должно быть системным. Нельзя забывать и о соответствующей мотивации людей, как материальной, так и, что зачастую важнее, нематериальной.

Внутренних экспертов имеет смысл привлекать для оценки менеджеров среднего звена и рядовых сотрудников компании. При оценке топ-менеджеров требуются внешние специалисты, неоспоримым преимуществом которых является их непредвзятое отношение к оцениваемым. Как показывает практика, исключить подобные искажения очень сложно. Поскольку независимый консультант «бескорыстен», не заинтересован в каких-либо определенных результатах, его оценка гораздо объективнее. Внутреннему эксперту непросто объективно оценить своего руководителя: подчиненный может неосознанно завышать оценку выполнения заданий, либо, напротив, занижать, проявляя негативное отношение. Однако у внутренних экспертов есть преимущества — они досконально знают деятельность компании «изнутри», хорошо понимают ее специфику, могут объективно оценить, какие качества необходимы для эффективного выполнения работ на конкретной позиции. Учитывать их знания и опыт очень важно при разработке модели компетенций и заданий для *assessment centre*.

<...>

Благодаря применению технологии *assessment centre* компания способна по-новому выстроить целый ряд кадровых процессов, таких как оценка профессионализма сотрудников, карьерный менеджмент, оценка инновационного потенциала, проведение масштабных изменений. <...>

Успеха достигают те компании, которым удается гармонизировать свои стратегические цели с жизненными и карьерными целями своих работников. Результаты *assessment centre* помогают в этом, поскольку

используются как при формировании *кадрового резерва*, так и при разработке *индивидуальных карьерных планов*. Подготовка кадрового резерва позволяет наиболее эффективно использовать персонал, оптимизировать подбор и перемещение руководящих кадров, обеспечить преемственность руководства. Все это — важные условия успешной работы компании в долгосрочной перспективе.

Кадровый резерв — это группа квалифицированных работников компании, прошедших предварительный отбор, специальную подготовку и являющихся кандидатами на замещение вакансий вышестоящих должностей руководителей и ключевых специалистов компании.

Основные этапы работы с кадровым резервом:

1. Анализ потребности в резерве на конкретные должности.
2. Определение требований к сотрудникам для включения в кадровый резерв.
3. Формирование списка кандидатов на включение в резерв.
4. Оценка кандидатов, составление характеристик и подготовка рекомендаций.
5. Формирование резерва (составление и утверждение списков).
6. Разработка индивидуальных карьерных планов и планов развития.
7. Планирование и реализация мероприятий по обучению и развитию (как групповых, так и индивидуальных).
8. Оценка эффективности реализации индивидуальных планов развития.
9. Продвижение сотрудников, зачисленных в резерв.

<...>

Обязательная часть работы с зачисленными в кадровый резерв сотрудниками — помощь им в *планировании деловой карьеры* (под этим понимают разработку плана горизонтального и вертикального продвижения сотрудника по иерархии должностей или рабочих мест, начиная с момента принятия человека в организацию и кончая предполагаемым увольнением с работы) и составлении *индивидуальных карьерных планов*. Главные задачи по отношению к «резервистам» — помочь им правильно оценить и развить свои способности, обеспечить условия для развития их потенциала.<...>

Корпоративная модель компетенций дает сотрудникам ориентиры для развития, позволяет согласовать траектории их индивидуального развития со стратегическими целями компании. Оценка компетенций с помощью *assessment centre* дает возможность очень точно выявить потребности в обучении — как разрыв между требуемым и наличным уровнем квалификации. На основании этих оценок можно обеспечить эффективную *логику обучения* — учить того, кого нужно, тому, что нужно, и тогда, когда нужно; сделать обучение целевым, максимально индивидуализированным и очень эффективным.

Однако сегодня и этого недостаточно. Чтобы гарантировать успех, компания должна создавать условия для развития сотрудников, особенно для раскрытия их управленческого потенциала. Если **обучение** работников — это ликвидация разрыва между тем, что они знают и умеют, и тем, что *необходимо* знать и уметь, то **развитие** сотрудников — это помощь им в реализации потенциала, создание возможностей для совершенствования имеющихся и раскрытия пока не проявившихся способностей. Целью обучения является передача знаний, овладение умениями и навыками. Роль обучаемого сводится к получению и усвоению информации, он выступает в качестве своего рода «приемного устройства» — кто-то другой знает, чему и как его нужно учить. Естественно, обучение — составная часть процесса развития, но развитие также предполагает изменения в мотивационной и ценностной сферах человека, обязательно включает в себя самопознание, то есть затрагивает личность в целом. Происходит не только накопление знаний и совершенствование умений работника — изменяется, совершенствуется само умение учиться, повышается готовность откликаться на изменения. Причем развитие — это всегда проявление самостоятельной активности человека: заставить развиваться нельзя, можно только создать для этого благоприятные условия. Хотя иногда организацию сравнивают с живым организмом, развиваться сама по себе она не может; развивать ее могут люди при условии, что сами они развиваются. <...>

Со временем практики задумались над вопросом: насколько оценки, полученные с помощью метода *assessment centre*, позволяют выявить потребности персонала в развитии? Сама по себе эта технология предполагает строгую стандартизацию оценочных критериев, поведенческих индикаторов, процедур разработки и проведения заданий. «Технологичность» гарантирует корректность и сопоставимость оценок, но она же становится ограничением, если для компании приоритетом является развитие сотрудников.

Идея провести *assessment centre* так, чтобы развивались и личность, и компания, возникла достаточно давно. В результате модификации метод стал называться *assessment and development centres* (буквально — центр оценки и развития).

Задачи *assessment and development centres* — помочь менеджерам определить свои сильные и слабые стороны, а также предоставить обратную связь относительно потенциала продвижения в организации, наметить возможные шаги по дальнейшему росту и развитию. В отличие от *assessment centre* новый подход позволяет сконцентрироваться на диагностике сильных сторон участников, выявлении лидерского потенциала, «зон ближайшего развития». Кроме того, есть еще ряд особенностей, которые отличают технологию *assessment and development centres*:

- информация о результатах (не только количественные оценки, но и качественные характеристики) предоставляется всем участникам, а не только администрации компании;
- обратная связь обеспечивается после каждого упражнения (а не только на финальном этапе);
- используются гораздо более сложные упражнения (чтобы мотивировать к изменениям);
- кроме стандартизованного набора заданий и упражнений используются дополнительные упражнения, разнообразные опросники, что позволяет обучать участников непосредственно в процессе проведения центров развития;
- наблюдателями (оценщиками) выступают не только внешние эксперты, но и сами участники;
- при подготовке соблюдается большая степень открытости и вовлеченности участников.

<...>

В 1977 г. американский исследователь Джон Хойл и его коллеги выделили две разные стратегии проведения *assessment and development centres*: идентификация и диагностика. Стратегия *идентификации* направлена на выявление потенциала «быстрого роста», формирование элитной группы сотрудников для решения инновационных задач. Стратегия *диагностики* нацелена на повышение компетентности всего персонала для выполнения текущей работы. Сначала компании чаще выбирали стратегию идентификации, поскольку она требует меньше времени и гарантирует быстрый возврат инвестиций. По мере развития и совершенствования технологии *assessment and development centres* более востребованной стала стратегия диагностики, поскольку она направлена на мотивацию всего персонала компании. В настоящее время распространён вариант, сочетающий преимущества обеих стратегий. Он даёт возможность и выявлять потенциал сотрудников, и развивать необходимые для выполнения текущей работы навыки.

После того как специалисты выделили и описали компетенции работников (ключевые характеристики, позволяющие им быть успешными в какой-либо деятельности), встали вопросы о том, применимо ли данное понятие к организации в целом как субъекту деятельности и что даст такое «расширительное» толкование компетенций. Оказалось, что организация тоже может развиваться, быть успешной и инновационной. Практики предложили следующее определение: **компетенции компании** — это набор взаимосвязанных навыков, способностей и технологий, обеспечивающий ей эффективное решение задач определенного класса. Далее были выделены разные виды компетенций компании.

Стандартные компетенции — такой набор взаимосвязанных навыков, способностей и технологий, который позволяет решать обычные для

данного рынка задачи. Поскольку стандартными компетенциями должны обладать все участники рынка, их наличие выступает «порогом вхождения» компании в рынок, а отсутствие или недостаточный уровень их сформированности приводит к неудаче, уходу компании с рынка.

Ключевые компетенции — такой набор взаимосвязанных навыков, способностей и технологий, который позволяет решать особые или новые задачи, достигать особых или новых целей, недоступных для большинства участников рынка. Наличие ключевой компетенции выводит компанию в лидеры рынка, становится сильным конкурентным преимуществом.

Ведущие компетенции — такой набор взаимосвязанных навыков, способностей и технологий организации, дающих преимущества в решении проблем и задач, достижении целей, который станет зоной конкурентной борьбы в будущем (при возникновении новых товаров, услуг, рынков или при обострении конкуренции на старых рынках). Это предпосылки, способные при соответствующей работе привести к созданию уникального торгового предложения и закреплению лидирующего положения компании, выходу на новый сегмент рынка. Наличие ведущих компетенций обеспечивает лидерство в будущем, поэтому их выявление и развитие — основная задача стратегически мыслящих топ-менеджеров.

<...>

Сегодня успех компании зависит как от качества предоставляемых ею продуктов и услуг, так и от скорости их обновления. Компаниям постоянно требуются новые идеи, новые подходы, новый взгляд, а значит, и люди, которые могут это сделать. В мире бизнеса заговорили о стратегическом управлении человеческими ресурсами (*strategic human resource management*), об «инновационном потенциале» сотрудника, подразделения, компании в целом. <...>

Традиционные методы диагностики не предназначались для выявления людей с нестандартным, инновационным подходом. Потребовался новый диагностический инструментарий, который позволял бы измерять инновационный потенциал (и потенциал развития) отдельных сотрудников, подразделений и компании в целом. Нами была предложена идея использовать метод *assessment centre* для прогностической или *стратегической* оценки ведущих (будущих) компетенций. Новый метод получил название *strategic assessment centre* (стратегический ассессмент-центр).

Strategic assessment centre — это технология прогностической оценки персонала компании и поддержки изменений (на уровне личности, управленческой команды и организации в целом). Она позволяет управлять процессом перехода от этапа «интервенции» нового к этапу его «интеграции», при котором организационные изменения планируются, а этап «организационного хаоса» тщательно модерируется.

Формат *strategic assessment centre* можно назвать *стратегической игрой*. Группе работников задается проблемная ситуация, которую они должны проанализировать, сформулировав гипотезы относительно причин возникновения проблемы, и разрешить, предложив новые идеи. При этом проводится имитационное моделирование процесса изменений (в режиме условного времени), проигрываются вероятные сценарии развития компании. Это достаточно сложно организованная групповая деятельность, требующая специальной подготовки и квалифицированных фасилитаторов (ведущих). <...>

Проведение *strategic assessment centre* предполагает соблюдение шести определенных принципов.

1. **Диалогичность** — предоставление участникам широкой свободы действий (они выступают в качестве равноправных партнеров по проектированию будущего компании).

2. **Проактивность** — постановка задач не только в оценке актуальной ситуации, но также и в инициации, планировании и подготовке изменений.

3. **Комплексность** — ориентация на одновременную работу на трех уровнях: с людьми (личностный уровень), с группами и организацией в целом (уровень корпоративной культуры), с содержанием деятельности (уровень управленческих технологий).

4. **Инновационность** — оценка инновационного потенциала и иницирование процессов развития проводятся на новом материале, необходимом для разработки стратегических планов развития.

5. **Рефлексивность** — возможность для участников оценить свой потенциал, осознать уровень готовности к изменениям и пути повышения собственной эффективности.

6. **Командность** — возможность для участников получить навыки формирования команды, взаимодействия, эффективной коммуникации, совместного решения проблем и принятия групповых решений.

<...>

Для компании результат проведения *strategic assessment centre* дает возможность сделать *перспективный* кадровый аудит. То есть проанализировать качественные характеристики сотрудников с точки зрения запросов будущего, оценить у них набор компетенций, необходимых для выполнения стратегических задач и проведения необходимых изменений: выявить тех, кто «чувствителен» к проблемам (и к слабым сигналам, свидетельствующим об изменениях) и способен быстро анализировать динамично изменяющиеся ситуации, формулировать большое количество гипотез, предлагать нестандартные идеи. <...>

О. А. Тихомандрицкая, А. М. Рикель

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ УСПЕШНОСТИ КАРЬЕРЫ¹

<...>

Одним из ведущих направлений, разрабатывающих проблематику карьеры, была и остается социальная психология. В отличие от других наук, именно она ставит своей целью комплексный анализ внутренних и внешних по отношению к субъекту причин тех или иных карьерных процессов. <...> Сам термин карьеры может отражать как динамическую, развивающуюся во времени, так и статическую сторону понятия. <...> Во-первых, карьера может быть описана через процесс развития в профессиональной или организационных сферах. Во-вторых, степень успешности этого профессионального или организационного развития может быть рассмотрена с точки зрения существующих объективных внешних критериев или с точки зрения субъективного внутреннего самоощущения. И, наконец, в-третьих, карьера как явление может быть изучена в виде динамично протекающего процесса или рассмотрена в качестве определенного статического среза. <...> Поэтому наиболее широким определением карьеры может стать *процесс и (или) результат накопления объективных показателей и субъективно удовлетворяющих личность достижений в профессиональном и (или) должностном развитии.*

<...>

В большинстве статей и научных трудов используется словосочетание «успешная карьера», не подразумевающее имманентно присущую карьере позитивность результатов и допускающее негативный сценарий построения карьеры. <...> Характеризуя успешную карьеру, во-первых, можно говорить о достигнутых человеком «объективных» успехах, являющихся собой традиционные социологические «карьерные» показатели успешности, такие как позитивная динамика карьерного роста, достигнутые уровни профессионального мастерства и должностные позиции, высокие размеры доходов. Во-вторых, — о субъективном аспекте ощущения собственной успешности, то есть учитывать ту же динамику роста, достигнутые позиции и доходы, но с точки зрения внутренней удовлетворенности этими параметрами. Этот фокус рассмотрения призван отразить методологическую установку социально-психологического исследования, рассматривающего любой феномен сквозь призму внешней социальной и внутренней психологической детерминации.

<...>

¹ Психологические исследования // Электрон. науч. журн. 2010. № 2 (10). [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://psystudy.ru>.

Если попытаться проанализировать выделяемые исследователями факторы, то их можно легко объединить в несколько групп. Так, О. А. Богатырева в своей статье говорит о зависимости карьеры от внешних и внутренних факторов, связанных, соответственно, с организационными и личностными конструктами. Еще более широкую классификацию факторов карьерного успеха предлагает Дж. Гринхаус. Он обобщает семь групп характеристик: стратегии карьеры, межличностные отношения, семейные отношения, инвестиции в человеческий капитал, мотивационные факторы, организационные характеристики и характеристики личности. Мы следуем обобщенной типологии факторов карьерных процессов Е. Г. Молл, по мысли которой, на развитие карьеры могут влиять ситуационные, институционализированные (организационные и социальные) и индивидуальные факторы развития личности. <...>

Социальные ситуационные факторы

<...> Во многих работах выделяется фактор влияния *семьи* человека на последующее карьерное поведение. Здесь изучается влияние той или иной внутрисемейной культуры, проповедуемых семейных ценностей, воспитания в семье с матерью или отцом-одиночками, авторитарность или демократичность семейной атмосферы, детские конфликты с родителями и пр. Роль этих переменных нельзя не учитывать в индивидуалистических культурах, но особенно влияние семьи не может быть недооценено в коллективистических культурах, где карьерный и жизненный путь ребенка может быть предопределен уже с его рождения. Любопытно, что в таких культурах успешность выстраиваемой карьеры зачастую находится в зависимости от внешнего критерия, в качестве которого может выступать объективно достигнутые членами семьи результаты в их продвижении по карьерной лестнице. Так, успешность карьерных достижений каждого члена семьи познается в сравнении с аналогичными достижениями других ее членов. Субъективным критериям успешности в таких культурах, как правило, уделяется мало внимания.

В своем роде банальным, но от этого не менее важным жизненным обстоятельством является *среда* (в широком смысле слова), в которой воспитывается молодой человек. Бедность и маргинальность условий существенно ограничивают свободу принимаемых карьерных решений. Тяжелые стартовые условия плохо сказываются на объективных показателях успешности карьеры, но при этом, согласно непроверенным гипотезам исследователей, могут не влиять негативно на ощущение субъективной успешности выстраиваемой карьеры.

Особым классом изучаемых внешних социальных факторов является влияние *религии* и связанных с ней общественных институтов. Рассмотрение этой проблематики осложняет то, что фактор религии может

считаться как внешним, так и внутренним по отношению к индивиду в зависимости от степени осознанности принятия тех или иных духовных и религиозных постулатов. Интересно, что во многих религиях вера в божественное предопределение своего пути (и, соответственно, в том числе карьеры) может выражаться в сознательном недооценивании роли свободного выбора вплоть до отказа от него. <...> Исследователи выделяют так называемый фактор духовного призвания как одну из важнейших детерминант выбора жизненного пути человека. <...> В сфере, где фактор духовного призвания оказывается одним из ведущих при реализации карьерного пути, главенствующими можно назвать именно субъективные показатели внутренней удовлетворенности собственной карьерой.

Однако практически все исследователи карьерных процессов сходятся на том, что профессиональная воля, понимаемая как индивидуальная способность делать свободные карьерные выборы, включая выбор первой профессии и все последующие карьерные решения, является более важной детерминантой успешного карьерного развития, нежели внешние ситуационные переменные. <...> Именно индивидуально-личностные и организационные факторы (по типологии Молл) или межличностные отношения, мотивационные факторы, характеристики личности и организации (по типологии Гринхауса) являются центральными с точки зрения влияния на успешность карьеры.

Организационные факторы

<...> Организационная власть и аспекты руководства и лидерства, организационные циклы и стадии развития, влияние группы и ролевая идентификация, коммуникация и особенности отбора персонала в группе — эти и многие другие организационные детерминанты, безусловно, являются в той или иной степени факторами карьерного продвижения сотрудника. Однако, как и в случае с личностными особенностями, влияние каждой отдельной переменной не может дать общей картины влияния организации на успешность карьеры ее сотрудника. <...> Одним из наиболее интересных организационных феноменов, влияющих на карьеру, является феномен организационной культуры. <...>

Например, французский организационный психолог М. Бурке выстраивает свою классификацию организационных культур, закладывая в ее основание мотивацию к служебному продвижению. <...> Схожий механизм заложен и в гораздо более традиционную классификацию Камерона и Куинна, в которой они прямо выделяют те или иные мотивационные паттерны карьерного продвижения, используемые в рамках той или иной организационной культуры. Аналогично предпринимаются попытки соотнесения тех или иных организационных культур с

личностными чертами сотрудников и, как следствие, с успешностью выстраиваемых карьер. Так, британский исследователь П. Варр с коллегами взяли за основу своего исследования модель соответствия организационной культуры и личностных черт Б. Шнайдера, выдвигающую следующие тезисы. Во-первых, индивиды по-разному привлекаются разными типами организационных культур исходя из их личностных особенностей; во-вторых, во время процедуры отбора кадров соискатели должны продемонстрировать схожесть этих самых особенностей; и, в-третьих, если сотрудник, работающий в организации, по какой-то причине не может продемонстрировать эту схожесть организации — он ее покидает. <...>

Индивидуально-личностные факторы

<...>

Приведем краткий анализ связи тех или иных *мотивационных характеристик* с карьерными процессами, то есть дадим ответ на вопрос, зачем человеку выстраивать успешную карьеру.

МакКлелланд выделяет в качестве одного из важнейших мотивов мотив достижения, а в качестве условий, обеспечивающих его высокий уровень — персональную ответственность за какое-то дело, наличие обратной связи о результатах выполняемого задания и наличие сложной, но достижимой цели. Для различных сотрудников мотивация достижения может операционализироваться в различных сферах, например, в финансах. Близкой к мотивации достижения, согласно МакКлелланду, выступает мотивация власти, также в построении карьеры может быть важен мотив аффилиации. <...> В других работах авторами предлагаются более специфичные для данной области мотивационные конструкты. Так, последователи теории потребностей А. Маслоу, вводя конструкт *мотивации должностного роста*, предлагают модель пирамиды потребностей сотрудника организации: на низшем уровне этой пирамиды находятся потребности, направленные на достижение жизненного комфорта, на среднем — потребность в сохранении положения в управленческой иерархии, на верхнем — наиболее полная реализация своих возможностей и самосовершенствование. <...> Отдельная категория мотивов — это мотивация к трудовой деятельности как самоценная независимая мотивация и мотивация к собственному развитию. Молл отмечает, что если мотивация карьерного роста формируется только на основе этой потребности, то карьерное продвижение рассматривается сотрудником как средство личностного развития.

<...> Вне зависимости от того, что лежит в центре желания карьерного роста, согласно многим исследованиям, сам факт карьерного успеха будет более вероятным при наличии определенных, присущих со-

труднику, *личностных характеристик*. <...> Так, во многих исследованиях была выявлена негативная роль экстернального локуса контроля, боязни успеха и неудачи, избегания риска и пр. С другой стороны, на карьерный успех «работают» нонконформизм, активность, мотивация достижения. Роберт Бретц в качестве личностных предикторов успешной карьеры выделял уверенность, энергичность, инициативность, эмоциональную стабильность, устойчивость к стрессу, интернальный локус контроля. Р. Брокхаус провел лонгитюдное исследование личностных факторов успеха предпринимателей: в группе успешных предпринимателей он выявил важную роль интернального локуса контроля, благоприятности отношений в семье, но при этом в двух группах не было различий по склонности к риску. Т. Харрелл и Б. Альперт выявили, что карьера выпускников программ МВА более успешна, если им свойственна экстраверсия. Ц. Куль и П. Ламбинг связывают успешность в карьере с интернальным локусом контроля, высоким уровнем активности, потребностью в достижениях, толерантностью к неопределенности, осознанием ограничения во времени и уверенностью в себе.

В качестве более комплексных факторов в различных работах подтверждается высокая важность *самоэффективности*. Согласно многим исследованиям, в том числе и на отечественной выборке, она подтверждает свою значимость и проявляется в умении организовать свою деятельность и достичь успеха в отношениях с окружающими. Другой комплексный конструкт — *ядро самооценки* (введен Т. Джаджом и объединяет собственно самооценку, обобщенную самоэффективность, интернальность локуса контроля и негативную аффективность) — также многократно подтверждался в исследованиях как влияющий на общую успешность карьеры.

Особое внимание в работах по карьере уделялось классическим личностным конструктам, такие как факторы «Большой Пятерки». <...> Так, в исследовании британского ученого Н. Бозионелоса подтвердились следующие гипотезы: фактор сознательности положительно соотносится с внешним карьерным успехом (заданными объективными внешне наблюдаемыми параметрами), а фактор согласия — с внутренним (субъективно ощущаемым успехом собственной карьерной деятельности). В то же время фактор нейротизма оказался значимо отрицательно связан, как с внешним, так и с внутренним успехом. Удивительным оказался тот факт, что сознательность, вопреки гипотезам, оказалась несвязанной с ощущением внутреннего успеха. Существуют попытки объяснения этого факта через негативное влияние добросовестности на креативность и дивергентное мышление. Также не подтвердились ранее полученные на американской выборке данные о связи экстраверсии с внешним карьерным успехом. Причиной этому автор видит в культурных британских особенностях. <...>

Карьерные ориентации

На место теориям отдельных личностных черт, зачастую представляющим из себя в психологии лишь элементы, не складывающиеся в строгую научную мозаику, пришли исследования в психологии карьеры, посвященные составлению типологий соответствия карьеры личности. На одном из первых этапов такого подхода Д. Сьюпером было предложено понятие профессиональной Я-концепции. По аналогии с более общим понятием Я-концепции, профессиональная Я-концепция представляет из себя совокупность представлений о стороне своего «Я», связанного с трудовыми и профессиональными характеристиками, на основании которых человек строит отношение к себе и взаимодействие с другими людьми. Профессиональная Я-концепция, по мысли Сьюпера, — это конструкт, объясняющий, насколько работа «отвечает» личности карьериста. <...> Наиболее используемым, вследствие его эмпирической востребованности, понятием, отражающим потребностную и смысловую сторону карьерной траектории человека, стало понятие *карьерной ориентации*. Карьерные ориентации — одно из центральных понятий профессиональной Я-концепции. Они определяются как представления о своих способностях, ценностных ориентациях, мотивах, смыслах и потребностях, относящихся к продвижению в профессиональной деятельности. Возникая в процессе социализации на основе и в результате научения в начале развития карьеры, они отражают наличие осознаваемых приоритетных профессиональных потребностей в структуре личности. Актуализация карьерных ориентаций происходит в ситуации выбора, оказывая влияние, как на выбор профессиональной деятельности, так и конкретного места работы.

Одной из самых распространенных теорий карьерных ориентаций можно назвать теорию «якорей карьеры» известного американского исследователя Э. Шейна, выделившего восемь основных карьерных «якорей»: профессиональная компетентность, менеджмент, автономия, стабильность, служение, вызов, интеграция стилей жизни и предпринимательство. <...> Карьерные ориентации зависят от семейного воспитания, личностных особенностей сотрудника, зависят от типа профессиональной деятельности, в которую вовлекается человек, а также от культурных и социальных различий. Любопытно, что, несмотря на солидный возраст рассматриваемой теории, факт соответствия отдельных ориентаций тем или иным личностным чертам был научно подтвержден лишь в относительно недавнем исследовании. <...> Были выявлены взаимосвязи только в случае двух карьерных якорей: так, карьерный якорь «Автономия» получил значимую положительную корреляцию с шкалами убедительности, контроля, независимости мышления, свободомыслия, конкурентности, решительности, а также отрицательную — со шкалами скромности,

конвенциональности, тревожности. Карьерный якорь «Стабильность» оказался положительно связанным со шкалами демократичности, заботливости, конвенциональности, следованию правилам, а также отрицательно — с шкалами инноваций, адаптации, конкурентности. Отсутствие значимых корреляций с другими «якорями» может служить основой для дальнейших исследований в этой области. Таким образом, <...> соответствие карьерной ориентации, демонстрируемой человеком, роду и виду выполняемой им трудовой деятельности, может являться одним из самых важных комплексных предикторов *внутренней карьерной успешности*. <...>

Итак, на успешность карьеры влияют многие, зачастую не зависящие друг от друга факторы, что осложняет прогностическую способность исследований. <...> При такой разрозненной многофакторной картине роль исследователя заключается в вычленении взаимозависимых переменных для выстраивания комплексных карьерных моделей.

Ю. М. Жуков

КОММУНИКАТИВНЫЙ ТРЕНИНГ. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА¹

Идейно-теоретические основания современного тренинга

В качестве идейных оснований тренинга принято рассматривать широчайший спектр разнообразных подходов, теорий и концепций, в том числе бихевиоризм (начиная с теории оперантного обусловливания Б. Скиннера и заканчивая теорией социального научения А. Бандуры), гуманистическая психология (К. Роджерс, А. Маслоу), психоанализ (В. Шутц, В. Беннис и Г. Шеппард), гештальттерапия (Ф. Перлз), школа групповой динамики (К. Левин), социометрия, социодрама и психодрама (Дж. Морено), педагогические взгляды Дж. Дьюи и андрогогический манифест М. Ноулза, связываемый в контексте обучения и развития с именами Ж. Пиаже (индивидуальный конструктивизм) и Л. С. Выготского (социальный конструктивизм). Вновь стала популярна идея *зоны ближайшего развития*, в настоящее время трактуемая весьма расширительно, а именно как поле межличностного взаимодействия и социокультурно организованное (структурированное) пространство, в котором разворачивается процесс взаимного обучения членов тренинговой группы.

<...>

Отношение к проблеме теоретических оснований современного тренинга весьма неоднозначно. Представители профессионального сообщ-

¹ Жуков Ю. М. Коммуникативный тренинг. Теория и практика // Ю. М. Жуков. Коммуникативный тренинг. М., 2004. С. 11–37.

щества занимают позиции, существенно различающиеся и по сути дела, и по форме выражения. Многие — и на первый взгляд таких большинство — исповедуют теоретический нигилизм и методический эклектизм. Все большую популярность приобретает изречение «хорошая теория — это эффективная практика, взятая в своих лучших образцах». Делаются заявления о том, что практика далеко опередила теорию и что отставание теоретического осмысления от практических наработок — «это навсегда», а если и не навсегда, то «всерьез и надолго». <...>

Но есть и те, кто высказывает озабоченность по поводу образовавшегося теоретического вакуума, так как считает, что «свято место пусто не бывает» и что при дефиците теоретических мыслей тут же появляются их суррогаты в виде технологических мифов и рецептурных справочников на основе изречений тех или иных авторитетов в сфере тренингового бизнеса. Следствием такой озабоченности является стремление навести хоть какой-нибудь порядок, что выражается либо в попытках построения универсальной теории, способной охватить все многообразие существующих практик и представить их как отдельные вариации на общую тему (теоретический монизм), либо в поиске оснований их систематизации и выстраивания соответствий между целевыми и процедурными характеристиками тех или иных тренинговых технологий (системный синтез). <...>

Но перспективы разработки универсальной модели на основе только одного избранного теоретического подхода вдохновляют лишь немногих. Более плодотворным видится направление, основанное на типологизации существующих подходов и технологий и поиске или создании теоретических оснований для каждого типа отдельно. Характерно, что основания для классификации в этом случае ищутся не схоластически, а эмпирически и критическим признается не принадлежность к той или иной теоретической школе или направлению, а круг решаемых задач и — главное — способ их решения. Именно таким образом Ю. Н. Емельянов в свое время выделил три основные тренинговые технологии: дрессура навыка, осуществление личностных реконструкций и работа по углублению понимания социальных ситуаций. Примерно теми же соображениями, по-видимому, руководствовался И. В. Бачков, выделяя четыре вида тренинга: тренинг как форма *дрессуры*, где с помощью позитивного или негативного подкрепления формируются желательные поведенческие паттерны, тренинг как *тренировка*, когда происходит формирование и отработка поведенческих навыков и умений, тренинг как *активное обучение*, в котором происходит передача знаний и развитие навыков и умений, тренинг как метод создания условий для *самораскрытия* участников и самостоятельного *поиска* ими решения собственных проблем. Для получения статуса методологической модели таким

описаниям не хватает только выделения теоретических оснований для уже определенных классов.<...>

Два *процедурно-технологических* подхода, определяющих все многообразие методической стороны современного тренинга, сложились вне рамок исторически сформировавшихся научных школ и сфер практической деятельности. Интересно, что оба оформились в качестве альтернативы общему «врагу» в лице традиционной педагогической практики. В настоящий момент они носят названия *компетенциарного* (фокусированного на компетенциях) обучения и *экспериментального* (основанного на опыте) научения. Новации первого подхода происходили в сфере целей и результатов обучения, новации второго — в области содержания дидактических процессов.

Обучение, фокусированное на компетенциях

Концептуальная основа компетенциарного подхода исторически сложилась в ходе совершенствования методик, предназначенных для профессионального отбора. Во второй половине XX столетия результаты, получаемые при использовании стандартных психометрических тестов, перестали удовлетворять как заказчиков, так и самих психологов, что привело к коренной трансформации технологии оценки, в частности к отказу от опоры на теорию способностей в пользу концепции компетенций. <...>

Выстраивание интегрированных систем оценки и обучения на основе компетенциарного подхода на первый взгляд выглядит вполне разумным и потенциально плодотворным. Прежде, до появления компетенциарной концепции, перспективы такой интеграции представлялись проблематичными. Дело в том, что традиционные психодиагностика и психотренинг сфокусированы на совершенно различных компонентах поведения и психики. Диагностические процедуры и методики, предназначенные для профессионального отбора, оптимизировались для получения максимально высоких показателей *прогностической валидности*, т.е. точности предсказания эффективности деятельности тестируемых кандидатов в той или иной профессиональной области. Естественно, что предметом оценки становились в первую очередь такие психические образования, которые обладали наибольшей устойчивостью во времени (стабильные личностные черты). <...>

В то же время тренинг оптимизирован для получения заметных изменений в весьма сжатые сроки. Неудивительно, что он нацелен на то, что быстро изменяется во времени. Ни о каких психологических типах, стабильных личностных чертах, глубинных предрасположенностях не может быть и речи. Работа ведется главным образом с тем, что подлежит изменению, коррекции или модификации «здесь-и-теперь», а это прежде

всего внешнее поведение и способы его интерпретации. Понятно, что разрабатывать программы оценки и программы обучения на единых основах было делом абсолютно бесперспективным. Ведь то, что оценивалось, то не изменялось, а то, что изменялось, то не оценивалось.

Становление и развитие компетенциарного подхода трансформировало ситуацию самым принципиальным образом. Компетенции нельзя рассматривать в качестве стабильных личностных черт, они личностными чертами не являются ни по определению, ни по сути. То, что идентифицируется и измеряется, может быть трансформировано в относительно короткие сроки, а характер и степень полученных изменений могут быть успешно квалифицированы и количественно оценены. Возникла возможность разработки унифицированной системы подбора, обучения и аттестации кадров. И практически сразу же была выстроена логически стройная и осмысленная технологическая цепочка, определяющая последовательность работ по созданию программ обучения и переобучения персонала, оптимизированная под выполнение задач, актуальных для конкретных организации. Первый шаг — работа по определению потребностей в тренинге. Составляется портфель необходимых компетенций, устанавливаются эталоны и стандарты выполнения заданий, проводится оценка персонала. Выявляется тот круг компетенций и тот круг лиц, для которых имеющийся уровень признается недостаточным. На втором шаге подбираются или разрабатываются курсы тренинга, предназначенные для ликвидации обнаруженных дефицитов знаний и умений. Третий шаг — проведение самого тренинга. Завершает цикл оценка результативности тренинга с помощью методик, использовавшихся на первом шаге.

<...>

Заметные новации в области подготовки кадров в корпоративной среде прежде всего связаны с тем, что содержание программ обучения персонала теперь в большей степени ориентировано на текущие потребности предприятий и организаций. Сложилась технология определения первоочередных задач в области подготовки и повышения квалификации кадрового состава организаций, усовершенствовались процедуры планирования образовательной активности, подбора и сертификации тренерского корпуса, разработаны системы многоступенчатой оценки эффективности и аудита программ обучения. Иными словами, была проведена серьезная и в целом весьма плодотворная работа по созданию инфраструктуры, обеспечивающей контроль и управление различными видами образовательной активности. Менее заметны успехи в деле совершенствования самого обучающего процесса, если не считать таковым насыщение аудиторий впечатляющим набором разнообразных технических средств для презентации видео- и аудиоматериалов. В области производственного обучения акцент делается на метод пошаговых инструк-

ций, а подготовка менеджеров нередко исчерпывается демонстрацией «лучших поведенческих образцов» с предложением воспроизвести их в ходе выполняемых упражнений. Роль тренера ограничивается тем самым функциями инструктора и организатора обратной связи.

Что касается преобразования содержания образовательной деятельности в рамках университетских программ, то она фактически свелась к уменьшению аудиторной нагрузки и расширению других видов активности, достаточно традиционных для образовательных учреждений: научная работа в составе комплексных групп, участие в выполнении заказов для внешних организаций, составление отчетов, написание письменных работ, проведение студенческих конференций и т.п. Единственной заслуживающей внимания новацией оказалась разработка дифференцированной системы оценок эффективности участия в перечисленных видах активности, оценок, ориентированных в направлениях, связанных с предварительно вычлененными и описанными ядерными компетентностями, и еще — организация массовой обратной связи, основанной опять-таки на полученных оценках. <...>

Обучение, основанное на опыте. Модели, идеи, концепции

Наиболее известная и влиятельная альтернатива компетенциарному обучению — концепция *обучения, основанного на опыте*, или экспериентального научения. Простейшей и остающейся по сей день самой популярной моделью экспериентального научения является циклическая модель Д. Колба. В этой модели, которую сам автор считает основанной на идеях Дж. Дьюи и К. Левина, процесс обучения рассматривается как состоящий из четырех последовательных фаз: Конкретный опыт, Рефлексивное наблюдение, Абстрактная концептуализация, Активное экспериментирование. Равно необходимыми для эффективного научения объявляются и собственная практическая активность обучающегося, и процессы рефлексии и концептуализации, и планирование дальнейших действий. Считается, что в рамках данной модели могут быть даны описания и интерпретации как процессов целенаправленного обучения, так и случаев спонтанного или стихийного научения. Четырехфазная (четырёхстадийная) циклическая модель Колба привлекла к себе повышенное внимание теоретиков и практиков обучения, обросла многочисленными комментариями, стала примером для подражания и вызвала активную полемику. Описание модели и ее основных компонентов встречается в большинстве современных руководств по проведению тренинга, а ссылки на работы Д. Колба являются почти обязательным атрибутом специальной литературы. Два наиболее массовых и авторитетных научно-практических движения в сфере обучения и развития — *самообучающаяся организация* и *обучение действием* — охотно пользуются

терминологией и разработками, сделанными на основе канонической экспериментальной модели. <...>

Представление процесса научения в виде цикла стало весьма популярным. На основе такого представления построен целый ряд моделей, созданных для описания различных аспектов процесса освоения опыта. Одно из содержательных расширений циклической модели проведено К. Андерсоном и связано с разработкой программы тренинга, основанного на экспериментальной концепции. В предложенной им модели СТАТ (Concept, Techniques, Application, Transfer, т.е. Понятие, Технология, Применение и Перенос) дается описание видов активности ведущего (ведущих) занятий в четырех точках перехода от одной фазы цикла к другой. Так, при переходе от Рефлексивного наблюдения к Абстрактной концептуализации (это первая точка перехода, Концепт) организаторы тренинга предоставляют участникам за счет варьирования методов возможность для уяснения основных понятий и идей. Таким же образом описаны и остальные три точки перехода.

Еще один вариант на тему циклической модели Колба — спиральная модель С. Фрэнсис и П. Мазани, примечательная не тем, что вместо привычного круга мы видим зачаток спирали, а попыткой связать стадии обучения с так называемым преобладающим стилем научения, выражающимся в преобладании определенных психических функций когнитивного, эмоционального или поведенческого плана в активности учащихся на разных фазах обучающего цикла. На первой фазе (*конкретный опыт*) главную роль играют движения, эмоции, внимание и ощущения. На второй (*сопоставительное наблюдение*) — восприятие и память. Третья фаза (*абстрактная концептуализация*) характеризуется преобладанием мыслительных операций. На заключительной фазе (*активное экспериментирование*) на передний план выдвигаются когнитивные и поведенческие компоненты. Авторы полагают, что только сочетание в обучающих методах всех выделенных составляющих может привести к успеху.

Еще более дифференцированное описание обучающего цикла предложено Х. Икехара. В ее работе представлена циклическая модель приобретения опыта, основанная на представлениях, развитых в теории и практике гештальт-терапии. Модель состоит из описания семи фаз цикла: Восприятие, Осознание, Мобилизация, Действие, Контакт, Удовлетворение, Отстранение. Для каждой из них приведен список психических функций, а также когнитивных и эмоциональных процессов. Фаза *Восприятие* содержит такие состояния и процессы, как эмоции, потребности, наблюдение, *Осознание* представляет собой процесс выдвижения гипотез, переживания сомнений по поводу неопределенности положения дел. Фаза *Мобилизация* есть энергетизация и побуждение к действию. В состав фазы *Действие* входят экспериментирование и избегание чрезмерного риска. На фазе *Контакт* происходит соприкосновение с реальностью и его пережива-

ние, что ассоциируется с получением опыта. Фаза *Удовлетворение* сопряжена с завершением действия, получением знания и понимания. *Отстранение* — с рефлексией, оценкой и подведением итогов.

Но не всегда экспериентальные модели строятся на основе цикла (круга). В этом отношении интересной представляется ступенчатая модель стадий обучения, разработанная Б. Баклером. Он выделяет шесть стадий процесса, обозначая их как Игнорирование, Осознание, Понимание, Принятие обязательств, Воплощение, Рефлексия.

- *Игнорирование* выражается суждением «Я этого не знаю, и меня это не касается», а переходу на следующую стадию способствует позиция «Мне не мешало бы с этим познакомиться».
- *Осознание*. Принятие позиции «Мне нет нужды что-либо менять» возвращает обучаемого на первую фазу, а позиция «Я должен знать об этом» переводит его на следующую фазу.
- *Понимание*. Занятие позиции «Это не мое дело» возвращает к предыдущим фазам, а позиция «Я хочу об этом знать» продвигает на следующую.
- *Принятие обязательств*. Позиция «Я не верю, что это будет работать» ведет к возврату, а «Я хочу это попробовать» продвигает дальше.
- *Воплощение*. Позиция «Я недостаточно готов к этому» способствует возврату, а «Я хочу знать об этом больше» продвигает еще дальше.
- *Рефлексия*. Состоит в поисках ответов на вопросы: чему мы научились? как мы этому научились? В случае благоприятного исхода ведет к заключению: «Теперь я обладаю лучшим пониманием».

Модель Баклера интересна прежде всего тем, что выдвигает на передний план роль мотивации.

<...>

В настоящее время можно с полным основанием утверждать, что в русле экспериментального подхода разработана внушительная совокупность представлений о процессе научения, осуществляющемся как в «стихийном порядке», так и в ходе участия в специальных образовательных программах. Созданы и продолжают создаваться модели, описывающие отдельные компоненты и стадии процесса, установлено соответствие выделенных стадий основным психологическим функциям, намечены контуры социально-психологического контекста, в котором разворачиваются описываемые процессы. Иными словами, создана весьма дифференцированная и развивающаяся система представлений о характере тех процессов, которые происходят, когда люди знакомятся и осваивают новый для себя предмет или сферу деятельности. Эти разработки справедливо рассматриваются не как схоластические упражнения кабинетных ученых, а как ориентиры для работы по совершенствованию практики обучения взрослых. Приверженность экспериентальному (ин-

терактивному) подходу демонстрируют авторы подавляющего большинства практических руководств по проведению тренингов. Сторонники концепций обучения действием и самообучающейся организации при разработке систем организационного обучения и развития используют идеи экспериентального научения. Многие положения экспериентальной концепции рассматриваются как универсальные, т.е. приложимые ко всем без исключения ситуациям, где происходит приобретение и освоение нового опыта. В то же время нельзя не признать того, что существуют серьезные пробелы и принципиально не анализируемые проблемы, снижающие потенциал указанного подхода. Одним из таких «слепых пятен» является центральная категория экспериентальной концепции — понятие опыта. <...>

Неопределенность базисного понятия, по-видимому, нельзя считать всего лишь недоработкой концепции. Указанная неопределенность свидетельствует о сложности и многосторонности того процесса, в котором и происходит формирование более глубокого постижения реальности. Выделить суть этого процесса с помощью одной идеи — практически безнадежное дело. Отразить основное содержание сложного явления можно, лишь опираясь на достаточно представительную сумму идей и их творческий синтез. Никакая отдельная модель не способна отразить в своей структуре все существенные составляющие того, что понимается под научением, основанным на опыте. Одним из важнейших свойств процесса приобретения опыта является социальность, или совместность. Может быть, наиболее четко и недвусмысленно это выражено в высказывании Ф. Бурнарда, сделанном им при характеристике идеологии экспериентального обучения: «Настоящее обучение происходит при столкновении разных мировосприятий, разного опыта, разных точек зрения и при обязательном *обмене* ими». Практика современного тренинга в своих лучших образцах реализует именно этот подход к пониманию сути обучения, основанного на опыте.

Коммуникативный тренинг и его разновидности

Общая характеристика коммуникативного тренинга

Понятие тренинга имеет два значения — широкое и узкое. В широком значении оно употребляется для обозначения любых форм целенаправленной и относительно кратковременной *подготовки к* эффективному выполнению каких-либо видов деятельности. Именно в этом смысле слово «тренинг» используют, когда говорят, что он является дополнительным по отношению к основному (базовому) образованию. В более узком значении тренинг эквивалентен *тренировке* и применяется в тех случаях, когда речь идет о специальных занятиях, направленных на приобретение или совершенствование отдельных навыков или

умений. В обоих случаях правомерно считать тренинг одной из форм обучения. Важнейшие характеристики тренинга — интенциональность и структурированность; именно этим он отличается от многих форм «стихийного» приобретения опыта.

Отдельные разновидности тренинга определяются путем указания либо на их цели, либо на их содержание (предмет), либо на используемые методы. Чаще всего применяются два способа одновременно и крайне редко — все три. В качестве *целей* заявляются такие, как успешное функционирование и совершенствование в заданной профессиональной области, адекватное выполнение конкретной задачи, повышение эффективности труда, эффективность работы в конкретной организации, успешная адаптация к изменяющейся социальной среде. *Содержание* (предмет) тренинга определяется выделением того, что подлежит формированию, развитию или совершенствованию. Как правило, такое выделение формулируется как вид и компоненты каких-либо компетентностей. В качестве компонентов чаще всего упоминается стандартная триада: знания, умения и установки (отношения), но можно встретить и более обширные списки. Так, иногда говорят об опыте, навыках, пониманиях, инсайтах и проникновениях в суть дела. Иной раз называют деловые и психологические качества. В качестве *методов* фигурируют: процесс приобретения знаний и умений, обучение или предоставление возможности приобретения опыта, а то и просто «совокупность активных методов».

Если попробовать суммировать дефиниции, имеющиеся в специальной литературе, то коммуникативный тренинг можно определить как использование активных (интерактивных) методов обучения для совершенствования коммуникативной компетентности с целью более успешного функционирования в социальной среде. Под активными (интерактивными) методами понимаются игры (ролевые игры, неролевое игровое моделирование), специальные упражнения в подгруппах (диадах, триадах и т.д.) и групповые обсуждения (мозговой штурм, групповая дискуссия, коммуникативный дискурс, отчеты о работе в подгруппах). В качестве компонентов коммуникативной компетентности выступают совокупности определенных знаний (в том числе о нормах и правилах общения в различных социальных ситуациях), коммуникативные умения (в том числе владение различными техниками общения) и коммуникативные установки (например, на открытое или закрытое общение). В качестве целей тренинга могут быть такие, как эффективная адаптированность к социальной среде, улучшение коммуникативного взаимодействия внутри организации, ускорение карьерного роста сотрудников, увеличение объема продаж и т.д. Необходимо отметить, что методы, содержание и целевая направленность — взаимосвязанные характеристики тренинга, причем определяющей является целевая направленность.

Именно цели тренинга в совокупности с ресурсными ограничениями (прежде всего временными и финансовыми) в значительной степени определяют содержание и методы конкретной тренинговой программы.

Приведенное в предыдущем абзаце описание коммуникативного тренинга, с одной стороны, выглядит достаточно внятным и содержательным, а с другой — позволяет усмотреть проблематичность того, что понимается под данной формой коммуникативной подготовки. Нетрудно обнаружить, что характеристика *методов* работы дается в *экспериментальном* ключе, в то время как *содержание* или предмет работы — в *компетенциарном*. В этом нет ничего удивительного, так как дифференцированная система описания и интерпретации процессов научения была создана именно в рамках экспериментального подхода, а система описания основного содержания сложилась в рамках компетенциарного подхода. Но оба подхода никак не согласованы на концептуальном уровне, что превращает задачу составления конкретных программ в головоломку, а их проведение — в процесс поиска более или менее удачных компромиссов. Ведь методы тренинга нацелены на работу с *опытом*, а оценка успешности тренинга проводится на основе изменений в *компетенцию*. И нет на сегодня ни теоретических, ни практических соображений по поводу того, как связаны две указанные реалии. <...>

Те сегменты тренинга, которые выросли из сферы производственного обучения, изначально были предрасположены принять компетенциарный подход, так как в них всегда была сильно выражена ориентация на отработку навыков с опорой на *стандарты выполнения* и обучение на основе пошаговых инструкций. Коммуникативный тренинг в своей значительной части продолжает традиции Т-групп и тренинга сензитивности, в которых понятие *опыта* всегда ставилось во главу угла. Естественно, что идеи экспериментального обучения, т.е. *обучения, основанного на опыте*, встретили здесь благодатную почву. Когда появились тренинговые программы синкретического характера, пытающиеся «соединить сильные стороны» обоих подходов (например, «тренинг продаж»), возникли проблемы идейного и концептуального свойства. Навык можно формировать, отрабатывать, шлифовать. И опираться при этом на стандарты, критерии и «лучшие образцы». Опыт можно приумножать, трансформировать, обогащать. То есть в одном случае задействуется метафора сужения, а в другом — расширения. На практике иногда встречаются случаи удачного симбиоза обоих подходов (часто это происходит тогда, когда программные модули реализуются по схемам, имеющим различное идеологическое происхождение). Трудности возникают при попытках осмысления процесса.

Концептуально противостояние с течением времени осмысливалось по-разному. Как «тренинг конкретных умений» и «тренинг личностно-го роста», как *универсализирующий* и *специализирующий* тренинги, как

дидактический и интерактивный тренинги. В современных условиях господства прагматического принципа использования всего того, что «хорошо работает», прежнее противостояние школ и подходов «интериоризировалось» и превратилось в источник внутренних противоречий, заложенных почти в каждой конкретной тренинговой программе. <...>

***Разновидности коммуникативного тренинга.
Тренинг базовых коммуникативных умений***

В настоящее время коммуникативный тренинг существует в виде либо отдельной самостоятельной формы (тренинг базовых коммуникативных умений, тренинг межличностных умений), либо «вложенной формы» (в разнообразного вида тренингах продаж, тренинга лидерства, тренинга командообразования, тренинга ведения совещаний, тренинга переговоров, тренинга презентаций). Если говорить о неспециализированном коммуникативном тренинге, то его истоки лежат в Т-группах и тренинге интерперсональной сензитивности. В нашей стране неспециализированный тренинг до 1990-х гг. существовал в основном в двух разновидностях, называемых «социально-психологический тренинг» и «тренинг делового общения». Сейчас, общий или универсальный, коммуникативный тренинг в чистом виде практикуется реже (по удельному весу), чем специализированные разновидности. Наиболее популярные формы неспециализированного тренинга: нейролингвистическое программирование (НЛП), тренинг уверенности (ассертивности) и авторские мастер-классы, проводимые преимущественно в рамках системы обучения профессионалов в области тренинга (тренеров и тренинг-менеджеров), В какой-то мере к универсальному виду тренинга тяготеет так называемый бизнес-тренинг.

Тренинг базовых (ядерных) коммуникативных умений в настоящее время лежит в основе любых разновидностей коммуникативного тренинга. Такое положение дел правомерно рассматривать как временное, так как в принципе стоящие перед ним задачи должны решаться в ходе получения базового образования (среднего и высшего). Однако существующие образовательные технологии пока не способны справиться и даже не ставят перед собой такую цель, если вообще осознают ее в рамках сложившихся образовательных систем. Поэтому еще довольно долго тренинг базовых коммуникативных умений, вместо того чтобы существовать в виде неотъемлемой составной части образовательных программ, будет входить в систему профессиональной коммуникативной подготовки. Этот вид тренинга нацелен на формирование и совершенствование тех компонентов коммуникативной компетентности, которые принято называть метакомпетентностями или ядерными компетентностями. В их перечень входят: умение понимать свои интересы и выражать собственную позицию, умение понимать позицию партнеров по

общению, умение разбираться в особенностях коммуникативной ситуации, умение говорить и умение слушать. Ввиду их особой важности стоит выделить группу умений, связанных с установлением и поддержанием контакта, а также умений работать с обратной связью. Более детальный анализ позволяет расширить список компетентностей, т.е. знаний, умений и диспозиций, обеспечивающих не только эффективное функционирование индивида в его социальной среде, но и служащих основой для формирования и совершенствования узкоспециализированных компетентностей, таких, как ораторское мастерство, искусство ведения переговоров с террористами, психотерапевтическая беседа, ведение репортажей о спортивных состязаниях, посредничество в межэтнических и межконфессиональных конфликтах, фасилитация группового принятия решений и т.д. и т.п.

Для тренинга базовых коммуникативных умений более подходит экспериментальная технологическая основа, особенно если контингент тренируемых состоит преимущественно из зрелых людей. Вместе с тем многие виды вспомогательных задач, например отработка техники активного слушания или освоение способов установления контакта, успешно решаются на базе компетенциарной технологии. Что касается специализированных видов коммуникативного тренинга, то здесь пропорции использования основных технологий могут быть иными, главным образом со смещением в сторону техник и приемов, наработанных в русле компетенциарного подхода.

Само по себе соединение двух различных технологических подходов в рамках единой программы не представляет ни логистических, ни технических, ни организационных трудностей. Наиболее простое решение заключается в выстраивании целостной программы из отдельных программных модулей, внутри каждого из которых реализуются принципы только одного из подходов. С трудностями приходится сталкиваться не столько в самом тренинге, сколько в его инфраструктуре, в частности при сертификации программ и тренерского корпуса. Наиболее острые проблемы появляются при оценке эффективности тренинга, так как возникает соблазн создания и использования единой системы оценки, пригодной для всех случаев, что «естественно», так как облегчает задачу выбора из существующих на рынке данной услуги наиболее «качественных» продуктов. Почему-то на спортивных соревнованиях не приходит в голову оценивать выступления конькобежцев и фигуристов с помощью одного и того же инструмента под названием секундомер. Или же и тем и другим выставлять баллы за артистизм. Но при оценке тренинга подобное встречается повсеместно,

В то же время нельзя не признать, что использование оценок эффективности, безусловно, необходимо, поскольку только при постоянном отслеживании разнообразных тренинговых эффектов возможно

совершенствование любых тренинговых технологий, как экспериментальных, так и компетенциарных. Другое дело, что такая оценка должна быть комплексной и не давать заведомую фору какому-либо одному процедурно-технологическому подходу. А значит, при оценке эффективности недопустимо пользоваться упрощенными решениями и сводить суть дела к фиксации одного или весьма ограниченного числа показателей, какими бы обоснованными они ни выглядели. Только при ориентации на разноуровневую и достаточно дифференцированную систему оценок можно целенаправленно и планомерно выстраивать эффективно работающие программы коммуникативной подготовки. <...>

Л. А. Петровская

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТРЕНИНГ: ВОЗДЕЙСТВИЕ КАК ИНТЕНСИВНОЕ ОБЩЕНИЕ¹

Общая характеристика социально-психологического тренинга

<...> В контексте анализа проблем воздействия важно учитывать, что вторичные, в частности социально-перцептивные, процессы, в свою очередь, выступают важным каналом влияния на групповое развитие.

Складывающаяся в настоящее время область социально-психологического тренинга ориентирована как раз в этом направлении — воздействие на групповое развитие посредством оптимизации форм межличностного общения (понимаемого в единстве его коммуникативного, перцептивного и интерактивного аспектов). Из тезиса о том, что социально-психологическая реальность в конечном счете и в основном детерминирована внепсихологическим образованием — внешней практической деятельностью, отнюдь не вытекает, что эта деятельность является единственным и прямолинейным фактором воздействия на психологию личности, группы. Особенно остро это обнаруживает разработка вопросов психологического воздействия и социально-психологического тренинга в частности. <...>

Мы, разумеется, далеки от того, чтобы в данной главе касаться всей системы возможных приемов, методов воздействия на развитие личности и группы, и остановимся на одной форме, осваиваемой в последнее время, — это активная социально-психологическая подготовка к общению, или социально-психологический тренинг. Уделяя первоочередное

¹ *Петровская Л. А.* Социально-психологический тренинг: Воздействие как интенсивное общение // *Л. А. Петровская.* Теоретические и методические проблемы социально-психологического тренинга. М., 1982. С. 97–121.

внимание данной форме, мы хотели бы избежать впечатления, будто исходим из предпосылки, что она является магистральной, преобладающей по своему вкладу в развитие группы и личности. Акцент обусловлен в основном активностью этой области в настоящее время, ее новизной и отчасти, конечно, личным предпочтением автора. Развертывание проблематики социально-психологического тренинга вызвано, естественно, не модой. Оно позволяет психологии подойти к решению ряда значимых проблем, реально поставленных в различных областях общественной практики. В первую очередь мы имеем в виду проблему подготовки руководителей в сферах производства, образования, здравоохранения и т.п. Решение данной проблемы предполагает, в частности, широкую подготовку руководителей к практике управления, в том числе по социально-психологическим вопросам. Общеизвестно, что в настоящее время руководителю в решении производственных, межличностных проблем недостаточно ограничиться опорой лишь на здравый смысл, традицию, опыт. Это относится к руководителям самых различных коллективов — производственных, учебных, научных, спортивных и т.д. Большие и очевидные требования к психологической компетентности предъявляет сегодня работа учителя школы, преподавателя вуза, спортивного тренера, врача, профессиональная деятельность которых реализуется прежде всего в сфере общения.

Становление в нашей стране практики психологических служб, ориентирующих психолога на различные формы активного вмешательства, остро ставит вопрос и об активной психологической подготовке самого специалиста-психолога. Имеется в виду не просто его высокая информированность по психологическим вопросам, теоретическим и методическим, не только подготовка к исследовательской работе, но и готовность к профессиональному оказанию практической психологической помощи. Пока такая форма подготовки в достаточной мере не сложилась. Социально-психологический тренинг представляет направление реального поиска в этом отношении. <...>

В самом широком смысле под социально-психологическим тренингом обычно понимают своеобразные формы обучения знаниям и отдельным умениям в сфере общения, а также формы соответствующей их коррекции. С точки зрения содержания круг задач, решаемых средствами СПТ, широк и разнообразен, и соответственно разнообразны формы тренинга. Все множество этих форм можно разделить, в частности, на два больших класса: а) ориентированные на развитие специальных умений (например, умение вести дискуссию, разрешать межличностные конфликты) и б) нацеленные на углубление опыта анализа ситуаций общения — имеется в виду повышение адекватности анализа себя, партнера по общению, групповой ситуации в целом. Следует отметить, что эта последняя задача решается и в первом случае, но лишь как сопутствующая, а не

основная. В качестве основной она выступает в специализированных группах самоанализа, или группах тренинга сензитивности.

Что касается методов СПТ, то здесь наряду с использованием традиционных лекций, семинаров, бесед по социально-психологической проблематике акцент делается на разработку так называемых активных методов. Существует множество классификаций этих методов тренинга, но, по сути, все они более или менее явно выделяют две большие частично пересекающиеся области — групповые дискуссии и игры. Метод групповой дискуссии используется в основном в форме анализа конкретных ситуаций и в форме группового самоанализа. Среди игровых методов СПТ наиболее широкое распространение получил метод ролевых игр. Упомянутые методы могут использоваться каждый в отдельности, однако чаще всего они входят составной частью в комплексные программы, включающие набор различных методов — в зависимости от поставленных задач и материальных возможностей.

Все методы СПТ характеризуются, во-первых, ориентацией на широкое использование обучающего эффекта группового взаимодействия. Во-вторых, эти методы реализуют принцип активности обучающегося через включение в обучение элементов исследования. Если традиционные методы ориентированы в основном на то, чтобы донести готовые знания, то здесь участники-исследователи сами должны прийти к ним. В-третьих, названные методы предполагают своеобразный вариант обучения на моделях.

При всем разнообразии методов СПТ в целом методы групповой дискуссии являются базовыми, так как в той или иной модификации они практически всегда входят во все другие. Кроме того, занятия по некоторому методу обычно записываются на магнитофонную ленту или осуществляется их видеозапись. Эта звуко- и видеозапись используется руководителем тренинга не только для собственного анализа занятий, но организуются также прослушивание и просмотр этих записей участниками с целью проведения соответствующей групповой дискуссии. <...>

Как видно из анализа зарубежного опыта, разработка проблем социально-психологического тренинга особенно явно, остро обнаружила узость, ограниченность бихевиористской схемы психологического воздействия, обучающего воздействия в том числе.

Известно, что в бихевиоризме в качестве основной формы взаимодействия рассматривается подражание (имитация). Обращение к механизму подражания оказывается достаточно плодотворным для понимания природы репродуктивного поведения, основной реальности, исследуемой в бихевиоризме. Однако этим поведением отнюдь не исчерпывается вся реальность психологических проявлений человека. Еще на заре становления зарубежной социальной психологии, когда подражание было объявлено в известной концепции Г. Тарда универсальным

механизмом и, в частности, универсальной формой взаимодействия людей, критики справедливо подчеркивали, что в этом случае совершенно невозможно понять возникновение нового. Проблема интерпретации новаторских, творческих проявлений человека оказывается достаточно сложной и для современных зарубежных авторов, работающих в русле необихевиоризма.

В области подготовки людей к общению, естественно, не обойтись без использования обучения по образцам. Однако можно ли избрать это стратегической ориентацией в данной области? Ответ на такой вопрос зависит прежде всего от представления о психологически развитой личности. В отечественной психологии важнейшим показателем психологической зрелости выступает активность личности, ее готовность к творческой деятельности. В этом смысле ориентация на формирование исключительно адаптивных образцов поведения оказывается явно ограниченной установкой и, главное, не согласующейся с исходной объяснительной моделью личности.

Напоминание об издержках абсолютизации бихевиористской схемы воздействия представляется нам актуальным, поскольку интерпретация личности, группы как активного субъекта деятельности довольно часто не распространяется на ситуации психологического воздействия, по существу не реализуется в них. Например, в работе социального психолога над оптимизацией психологического климата в группе нередко объективно превалирует установка на группу как на некий объект — пассивный приемник воздействия. Показательны в этом отношении и коммуникативные ситуации, обстоятельно проанализированные А. У. Харашем. Парадокс состоит в том, что признание идеи активности личности в объяснительной схеме часто соседствует с отступлением от этой идеи в схемах воздействия, где она по существу подменяется паттерном «субъект—объект». Подобное рассогласование не редкость и в исследовательских программах, когда в схему эксперимента, по сути своей схеме воздействия, закладывается тот же неотрефлексированный паттерн.

Возвращаясь вновь к бихевиоризму, заметим, что в силу логики своих исходных предпосылок он ориентирует обучение на формирование преимущественно операционно-технологической стороны. При этом в случае социально-психологического тренинга задача сводится к обеспечению техники общения. Ни в коей мере не умаляя роли упомянутого аспекта, мы тем не менее не рассматриваем его в качестве определяющего и тем более единственного ведущего. Анализ показывает, что путь «индивидуальной репродукции фиксированных технических приемов» оказывается далеко не всегда оптимальным в освоении деятельности. Тем более это справедливо в области общения. <...>

В подходе к построению социально-психологического тренинга, в комплектовании и обосновании его процедур мы исходим из ряда пред-

посылок, явившихся результатом одновременно и теоретической, и эмпирической работы. Главной среди них является принятие в качестве основополагающей концептуализации общения модели «субъект—субъект» во всех вариантах ее развертывания, предполагающих привлечение представления о субъектах в их отношении к объекту и друг к другу (Б. Ф. Ломов). Принятие за основу схемы «субъект—объект» или «субъект—субъект» представляется принципиальным, поскольку это определяет выбор соответствующей содержательной и методической стратегии работы в целом. Реализация диалогической, субъект-субъектной формы общения составляет, на наш взгляд, существо, стержень методов социально-психологического тренинга. Конечно, это не следует понимать как полное забвение, отбрасывание субъект-объектной схемы. В ней находит выражение отдельная грань, частная форма взаимодействия людей. Как отмечает, например, А. У. Хараш, «передача алгоритмов действия не только не нуждается в диалоге, но и отрицает его, ибо диалог грозит алгоритмам утратой их непререкаемой завершенности, без которой они не могут эффективно “штамповать” инструментально-исполнительскую активность обучаемого. Поэтому в случае передачи алгоритмов действия, взятых в абстракции от предмета, наиболее адекватной формой коммуникативного воздействия является односторонний и категорический инструктаж». Упомянутый автор завершает приведенное высказывание суждением о том, что передача деятельности предполагает два типа воздействий. «Акт общения разворачивается сразу в двух плоскостях, диалогической и монологической, и специфика общения и коммуникативного воздействия, его психологический механизм, лежит не в какой-то одной из них, а в их взаимодействии». Тем не менее необходимо подчеркнуть, что речь в данном случае идет не о взаимодействии равноправных форм: диалог является основной сущностью общения, а монолог выступает редуцированной формой диалога. <...>

Представляется, что в области подготовки к общению, коррекции общения взрослой психически устойчивой личности предпосылкой продуктивности является принятие диалогической реальности общения в качестве отправной и ведущей. <...> Тем не менее сплошь и рядом упускается из виду, что субъектом интенции к изменению, субъектом решения об изменении выступает сам субъект изменения. Это одно из важных следствий субъект-субъектной модели общения. Интересно отметить, что названное «упущение» характеризует порой не только исследователей, но и самих людей, желающих измениться. Об этом свидетельствует, например, утвердившийся стереотип ожидания психологической помощи в совершенно определенной форме конкретного совета-поучения, хотя из повседневного опыта известно, что нет ничего более легкого, чем дать такой совет, и нет ничего более трудного, чем следовать ему. В подобной позиции ожидания конкретной подсказки

можно обнаружить тенденцию к уходу от собственного принятия решения, интенцию переложить это на другого человека. В этом убеждает, в частности, опыт работы психологической консультации. <...>

Все вышесказанное подводит к дальнейшей конкретизации субъект-субъектной модели общения применительно к построению социально-психологического тренинга. По-новому, в частности, выступает в этом контексте задача разработки специальных диагностических процедур, поскольку иначе осмысляются характер, роль диагностической стадии в процессе обучения. Известно, что диагностика — это необходимое звено в ситуации обучения. В контексте социально-психологического тренинга речь идет о диагностике особого рода. Здесь дело состоит не только и не столько в том, чтобы психолог решил диагностическую задачу, сколько в том, чтобы каждому участнику обеспечить условия самостоятельного решения этой задачи с помощью других. То есть речь идет о том, чтобы каждый участник мог самостоятельно диагностировать свои возможности и трудности в конкретных коммуникативных ситуациях. Подобная активная позиция самодиагностики — необходимая предпосылка всякой деятельности, направленной на возможное изменение, коррекцию в сфере общения. <...>

С точки зрения принятой методологической позиции этап отрефлексирования себя в общении выступает естественной стадией, предпосылкой решения всех других задач в этой области. Ситуация обучения трансформируется таким образом, что этап диагностики не просто предшествует ей, но составляет ее органическую часть. Диагностика — это уже обучение. Как показывает опыт, в некоторых случаях (для одного контингента) решение диагностической задачи выступает лишь первичной, подготовительной стадией, а в других случаях (для другого контингента) социально-психологический тренинг сводится к оказанию помощи в самодиагностике и этим ограничивается; получив новые для себя сведения, человек самостоятельно работает, используя их для оптимизации общения. Мы исходим из релевантности подобного подхода обеим основным формам тренинга, разрабатываемым в настоящее время: и форме, нацеленной на развитие отдельного умения, и форме, ориентированной на приобретение, углубление опыта анализа ситуаций общения. В том конкретном опыте тренинга, о котором пойдет речь в настоящей работе, преобладает именно диагностическая направленность, то есть акцент на способах решения специфицированной диагностической задачи.

Каковы же конкретно основные направления решения понятой таким образом задачи диагностики в рамках социально-психологического тренинга? Чтобы ответить на этот вопрос, обратимся к опыту наиболее показательных в данном отношении групп самоанализа, или групп интенсивного общения (еще одно используемое название — группа открытого общения). Заметим, что речь здесь в сущности идет о группе

методов, объединяемых рядом сходных характеристик и в то же время значительно варьирующих.

Определяя социально-психологический тренинг в целом как один из способов повышения компетентности человека в сфере общения, обычно имеют в виду три основных плана общения — коммуникативный, перцептивный, интерактивный. В настоящей работе мы сосредоточимся в основном на задачах социально-перцептивного плана, поскольку полагаем, что перцептивные изменения являются признаком, свидетельством интересующих нас изменений на диагностическом уровне. В той частной разновидности тренинга, о которой идет речь, в качестве основной, общей для участников, выступает задача отразировать собственные социально-перцептивные возможности, характеристики и в этом смысле решить диагностическую задачу. В качестве отдельных составляющих имеются в виду диагностика участником ориентированности в самом себе, в других воспринимаемых им людях, в групповом процессе в целом.

Названный комплекс выступает как триединый, поскольку решение каждой задачи в отдельности предполагает органическое единство, соотношенность с решением двух других. Последнее не означает, конечно, что в каждом конкретном цикле занятий решаются одновременно и в равной мере все три задачи. Как правило, преобладает акцент на одной или двух из них. Рассмотрим последовательно содержание каждой из обозначенных задач, начав с задачи диагностики чувствительности к восприимчивости групповых процессов.

Необходимой предпосылкой ориентации в процессах групповой динамики является, естественно, получение информации об этих процессах из лекций, семинаров, чтения соответствующей литературы и других аналогичных традиционных источников. Однако опыт показывает, что этих сведений, как правило, недостаточно, чтобы действительно чувствовать, образно говоря, пульс группы: своевременно диагностировать линии напряжения, конфликта в группе, видеть назревающий раскол на группировки и в целом динамику статусной, коммуникативной структур и т.д. Приобретение подобного опыта невозможно без соприкосновения с реальной практикой. Главным здесь является, конечно, погружение в практику повседневной групповой работы и оттачивание необходимого, например, руководителю мастерства самой жизнью. Но необходимы также поиски возможных форм помощи руководителю-практику, поскольку его пробы и ошибки, иногда затянувшиеся, могут оборачиваться драматическими психологическими, а в конечном счете и производственными издержками. <...>

Что касается задач и эффекта для самих участников, то здесь следует в первую очередь иметь в виду возможность непосредственной верификации собственных представлений относительно характера познания

другого. Весь спектр представлений каждого человека о том, как он познает других людей, естественно, носит гипотетический характер, хотя опосредованно и частично они проверяются в практике повседневного общения и совместной деятельности. В группе социально-психологического тренинга рассматриваемого типа участник получает редкую возможность непосредственно соотнести, сопоставить свое видение других участников в данном групповом контексте с тем, как их видят остальные. В социальной психологии, где отсутствует возможность «проверить точность восприятия другого человека путем прямого сопоставления с данными объективных методик», данное сравнение — важный способ проверки точности познания, его специфики.

Этот характерный для тренинга диагностический социально-перцептивный эффект не единственный. Безусловно, привлекательна связываемая с ним возможность оптимизации социально-перцептивных характеристик. К настоящему времени вычленено множество компонент перцептивной компетентности, наряду с точностью — это гибкость, объем, дифференцированность, избирательность, степень стереотипизации и т.д. Пока они представлены в основном как внесистемный набор парциальных показателей развития когнитивной структуры. Установка на оптимизацию социально-перцептивных параметров, в частности точности межличностного восприятия, исходит обычно из предположения, что чем лучше человек знает других людей, тем лучше, конструктивнее он с ними общается. К настоящему времени исследовательские данные на этот счет не вполне однозначны, тем не менее показательны. Например, обнаружена низкая, но позитивная корреляция между точностью восприятия и эффективностью лидера. <...>

Важной предпосылкой продвижения к более глубокому, объективированному познанию других людей выступает понимание самого себя. Повседневное общение и опыт групп тренинга показывают, что всматриваться в проявления другого человека, анализировать их гораздо легче, чем собственные. Путь к выделению и оценке собственных психических проявлений необходимо опосредован познанием другого. <...>

В отношении «Я-концепции», по-видимому, чаще, чем в отношении «Ты-концепции», возникает опасение, что она не столько вытекает из релевантного осмысления фактов, сколько придумывается человеком для самого себя. В случае «Я-концепции» этот вопрос стоит острее, поскольку известно, что в отношении к себе люди нередко оказываются психологически более бережными. В ситуации социально-психологического тренинга участники имеют возможность эмпирически верифицировать различные компоненты имеющейся у них картины самих себя. Сюда же входит, в частности, знание о том, как человек воспринимается другими — сначала по первому впечатлению и как это первое впечатление затем развивается, как «прочитывают», интерпретируют поведение, какие приписываются

мотивы, намерения, чувства и т.д. Известно, что процессы атрибуции, то есть интерпретации поведения другого человека, в частности его причин, — существенный момент межличностного восприятия. В повседневном общении обычно на основе одинаковой информации о внешних проявлениях человека партнерами-участниками строятся различные выводы о внутренних коррелятах этого поведения. Социально-психологический тренинг в определенной мере позволяет «раскрыть содержание и механизм этого процесса его участникам и тем самым обеспечить коррекцию в тех случаях, где это надо сделать». Полученные сведения помогают человеку осознать меру соответствия приписываемых ему качеств, причин поведения его собственным оценкам этих своих психологических характеристик, а также его представлениям о том, каков он в глазах других. Задача, о которой идет речь, ставится эксплицитно либо имплицитно во всех формах СПТ, однако возможны тренинговые группы, в которых она сформулирована в качестве основной, точнее, одной из основных.

Важным компонентом в спектре знания участника о себе является представление о том, как его поведение влияет на других, например какой гаммой чувств сопровождаются обычно его те или иные проявления в общении. У каждого из нас на этот счет имеются определенные гипотетические, возможно, не вполне осознаваемые, представления, и участие в группе тренинга представляет специальную возможность эксплицировать их, подвергнуть проверке. Результатом может оказаться либо подтверждение имеющегося суждения, либо открытие для себя нового спектра психологической реальности, который может стать объектом активного исследования в группе. «Через других мы становимся самими собой... — писал Л. С. Выготский. — Личность становится для себя тем, что она есть в себе, через то, что она предъявляет для других». Увидеть собственные личностные проявления человек может, не столько заглядывая в себя, сколько всматриваясь в других, обнаруживая влияния, которые он на них производит. Это принципиальное положение выступает одной из методических основ социально-психологического тренинга. Групповой контекст оказывается органической предпосылкой решения задачи самопознания в СПТ. <...>

Одной из задач социально-психологического тренинга, сопутствующих рассмотренным выше, является подведение его участников к осмыслению, с одной стороны, помех, затруднений, характерных для ситуации межличностного общения, а с другой — к уяснению условий и факторов, благоприятствующих, оптимизирующих общение. Что касается, например, социальной перцепции, то известными источниками трудностей здесь являются эффект ореола, стереотипизации, различие в системе эталонов и т.д. В социально-психологическом тренинге речь идет не просто о получении дополнительной информации в этом направлении, а об эффекте в виде своеобразного интеллектуально-эмоцио-

нального сплава, кристаллизованного в пережитом опыте. Здесь возможна следующая аналогия: одно дело быть просто информированным, например, о материнстве и другое дело оказаться в ситуации материнства, пережить ее. В рассматриваемой форме тренинга анализу подвергаются не столько ситуации, в которых оказался кто-то, где-то и когда-то, сколько ситуации, складывающиеся в данной группе в ходе ее развития, и субъектами этих ситуаций выступают сами участники группы. Таким образом, сведения о трудностях, помехах общения оказываются не просто преподносимой извне информацией-инструкцией, но пропускаются сквозь призму личного опыта затруднений участника, отрефлексированного в контексте группового анализа. <...>

Т. В. Фоломеева, О. Т. Мельникова, Ю. Э. Ширков

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ: ТЕОРИЯ И ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ¹

Исследование потребительского поведения — это один из разделов изучения поведения человека, широко использующий понятия и концепции наук о человеке и обществе: психологии, социологии, экономики. Цель таких исследований состоит в понимании, объяснении и предсказании поведения потребителей в разных ситуациях. <...>

Междисциплинарность проявляется не только в том, что для понимания поведения потребителей необходимо привлечение смежных областей знания. Существуют и другие социальные явления, похожие на потребительское поведение по форме своего существования и по характеру интереса, проявляемого к ним со стороны социальной психологии. Так, закономерности, характерные для потребителей, часто оказываются характерными и для избирателей. Между потребительским, электоральным, миграционным и другими видами поведения существует подобие именно потому, что они являются различными аспектами одного и того же целостного процесса социальной жизни общества.

Для психологии потребительского поведения до сих пор не вполне четко очерчена *проблематика*. В связи с этим в фокус внимания попадает широкий круг вопросов, затрагивающий *личностные особенности* потребителей, *мотивационные и когнитивные* факторы, опосредующие потребительский выбор. На основе индивидуальных различий субъектов потребительского поведения сложились разнообразные типологии потребителей. В связи с объединением потребителей в группы проявляет-

¹ Фоломеева Т. В., Мельникова О. Т., Ширков Ю. Э. Потребительское поведение: Теория и действительность // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С. 258–270.

ся влияние групп, прежде всего больших, на характер индивидуального потребления. Это ставит вопросы нормативного давления, ценностных предпочтений, социальной идентичности и указывает на их специфическое проявление в сфере потребительского поведения. На уровне больших групп потребление опосредовано культурными факторами, социальными представлениями, т.е. специфически социально-психологическими феноменами, влияние которых уже неоднократно доказывалось в эмпирических исследованиях, но еще недостаточно ясно вплетено в комплекс переменных, детерминирующих потребительское поведение. В структуре единичных актов потребления центральное место занимает товар, причем его идеальная сущность, раскрываемая в понятии *бренда*. Свойства бренда, закономерности его формирования используются в направленном коммуникативном воздействии на потребителей, формируют арсенал средств стимулирования сбыта. Это составляет отдельную, достаточно развитую область средств *комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций*, включающих рекламу, PR, мероприятия по продвижению товара к покупателю, директ-маркетинг, мерчандайзинг. В связи со смещением фокуса внимания с мотивационной сферы на когнитивную научная проблематика потребительского поведения существенно расширилась. По-прежнему основной интерес представляют психологические переживания потребителей, которые касаются непосредственного потребления различных благ, имеющих материальную ценность. Но это очерчивает лишь первый круг анализа. Второй, более широкий и менее определенный круг распространяется на субъективную ценность потребляемых предметов. Более того, субъективные переживания ценности проявляются не только в отношении предметов потребления. Это заставляет рассматривать в одном ряду и с одной принципиальной точки зрения *и материальное, и духовное* потребление.

<...>

Изучение потребительского поведения было начато и продолжается в основном в сфере маркетинга, который, по определению Ф. Котлера, является видом человеческой деятельности, «направленной на удовлетворение нужд и потребностей путем обмена». Это диктует общую переориентацию деятельности производителей продуктов потребления с реализации имеющихся возможностей производства на более глубокий анализ спроса и его удовлетворение. Производители все реже ищут каналы сбыта имеющегося товара и все чаще создают новое коммерческое предложение под неудовлетворенный спрос. Анализ мотивации потребителей становится отправной точкой организации производства. Маркетинговый подход заставляет обращаться не столько к решению экономических и организационных проблем производителя, сколько к решению потребительских проблем, причем как бытовых, так и психологических.

<...>

Однако, когда экспериментально было установлено влияние на потребительское поведение социокультурных факторов, социально-психологических характеристик и личностных черт человека, когнитивных и эмоциональных процессов, акцент в развитии организованного сбыта сместился на соответствие свойств товара индивидуальным особенностям потребителя. Для решения этой задачи в маркетинговую деятельность было включено понятие «Я-концепции» — относительно устойчивой, в большей или меньшей степени осознанной системы представлений индивида о самом себе. «Я-концепции» проявляются в четырех различных аспектах: «реальное Я», «идеальное Я», «Я-для-других» и «идеальное Я-для-других».

«Идеальное Я» и «идеальное Я-для-других» могут различаться у одного человека. Кроме того, различаются его концепции «идеального Я-для-других», сформированные для разных социальных групп, членом которых этот человек является. Одним из способов сближения «реального Я» с «идеальным Я» является предпочтение (приобретение) продуктов, соответствующих идеальной «Я-концепции». Вместе с тем у человека складывается и отторжение определенных товаров, формируются своеобразные психологические барьеры, препятствующие покупке. Были выделены три таких барьера: 1) несовместимость продукта с «Я-концепцией»; 2) возможность удаления «реального Я-для-других» от «идеального Я-для-других» в результате приобретения какого-либо продукта; 3) чувство вины, вызванное рассогласованием «реального Я» и «идеального Я», связанным с определенным предпочтением.

Одним из наиболее важных аспектов психологии потребительского поведения является *принятие потребительского решения*. Закономерности этого процесса различаются, прежде всего, по видам потребляемых продуктов: длительные решения, преднамеренный выбор, покупательская стратегия, ежедневные покупки, импульсивные покупки. Существует несколько моделей принятия потребителем решения о покупке. Их объединяет то, что в каждой модели сочетаются когнитивные, аффективные и поведенческие стадии, образующие примерно следующую цепочку. Потребитель узнает о существовании данной марки и получает минимум информации о качествах этого продукта. Потребитель постепенно накапливает информацию о данном товаре. На основе имеющейся информации потребитель составляет определенное мнение о товаре и решает, будет ли он его пробовать. Потребитель покупает небольшое количество товара и решает, будет ли он его приобретать регулярно. По результатам предшествующей стадии потребитель либо становится покупателем этого продукта, либо отказывается от его использования в дальнейшем.

Каждый из этих этапов опосредован массой обстоятельств. Согласно концепции воспринимаемого риска Р. Бауера, при каждой покупке потребитель воспринимает и оценивает различные характеристики по-

купаемого продукта — цену, качество, долговечность, надежность и др., а также степень риска, связанного с этим приобретением. На решение потребителя влияют несколько типов воспринимаемого риска. *Функциональный риск* определяет вероятность того, что продукт не будет выполнять свою функцию. *Материальный риск* задается тем, что качество продукта не будет соответствовать его цене. *Физический риск* проявляется в том, что продукт может представлять угрозу имуществу или здоровью покупателя. *Психологический риск* проявляется в потенциальном несоответствии продукта «Я-концепции» покупателя. *Социально-психологический риск* связан с возможным несоответствием продукта ценностям референтной группы. Разные продукты имеют разные уровни воспринимаемого риска, однако покупатель всегда стремится к минимизации этих рисков.

Для планирования последовательности шагов по выводу товара на рынок используется классификация потребителей, предложенная в рамках диффузной теории распространения идей Эв. Роджерса. По степени принятия идей выделяют следующие типы потребителей:

1. Инноваторы — легко схватывают новое до того, как оно признается всеми, мобильны.

2. Ранние последователи — более интегрированы в местную социальную систему, среди них встречается наибольшее число «лидеров мнений».

3. Раннее большинство — принимают новое перед тем, как это делает «средний» человек, большую часть потребительской информации получают от предыдущей группы.

4. Позднее большинство — скептики, принимающие новую идею после того, как ее примет «средний» человек.

5. Поздние последователи — консерваторы, которые с подозрением относятся ко всему новому, последними принимают новую идею, новый товар.

Помимо мотивационных факторов потребительских предпочтений важное значение имеют *когнитивные процессы*, наполняющие потребительские поступки смыслом. <...>

Воспринимая и оценивая продукт, потребитель соотносит наиболее важные для него признаки. Процесс категоризации в этом случае основывается не только на его опыте взаимоотношений с аналогичным продуктом, но и на всем его жизненном опыте. Совокупность этого опыта, всех представлений, знаний и чувств, целостность всех переживаний, связанных с товаром, задают образ (имидж) этого товара.

Изучение того, как воспринимается тот или иной продукт, позволяет восстановить категориальную структуру, с помощью которой происходят его оценка и сравнение, выявить наиболее значимые для потребителя характеристики продукта, потребности и мотивы обращения к

нему, связанные с ним чувства. Анализ психологических процессов потребительского поведения позволяет сделать вывод, что в основе потребления лежат свойства продукта, соответствующие актуальным потребностям и мотивам человека. <...>

Центральными категориями в анализе потребительского поведения выступают не только мотивы и потребности, но и установки, нормы, ценности, социальные представления, идентичность, культурные и символические аспекты потребления.

Потребительские установки представляют собой вариант социальных установок, сфера действия которых касается потребления. Потребительские установки часто имеют латентный характер, т.е. присутствуют в представлениях человека в свернутом виде и могут актуализироваться в момент встречи с предметом отношения. В потребительских установках более явно выражена дистанция между отношением и реальным поведением. Человек может иметь четкое отношение к вещам, которые он никогда не купит (например, предпочитаемые марки дорогих автомобилей).

Нормы — представления об интенсивности и типе потребления, о поведении и установках типичного потребителя торговой марки, соответствие образа принятым стереотипам и стандартам, особенно для элитных категорий товаров.

Анализ факторов, детерминирующих потребительское поведение, подтверждает доминирующее влияние *ценностей*.

<...>

Существенным является то обстоятельство, что наибольшее значение в потребительском поведении имеют не физические параметры товаров, а восприятие этих товаров как набора ценностей — утилитарных и символических (что соотносится с концепцией терминальных и инструментальных ценностей).

Опираясь на опыт проведения практических исследований потребительского поведения, можно с уверенностью сказать, что ценностный компонент в восприятии товара часто является неосознаваемым и представляет собой глубинные пласты мотивационных и личностных образований. Единственно возможным методом выявления этих глубинных ценностных характеристик является использование качественных методов исследования с применением проективных техник, потому что именно так можно проследить механизм действия проекции личностных глубинных мотивов и смыслов на потребительское поведение.

<...>

Ядро социальных представлений в сфере потребления, как правило, составляют неосознаваемые ценностные ориентации. Уровень осознания проявляется в основном при проецировании желаемого стиля жизни и соответствующих ему норм и внешних атрибутов на прототип

потребителя. При успешной социальной адаптации и высоких ресурсах (образование, доход и т.д.) наиболее значимым в образе товара является наличие терминальных или инструментальных ценностей. Это проявляется на уровне стиля жизни типичного потребителя (прототипа), с которым индивид может себя идентифицировать.

На представления о товаре проецируется система ценностей (чаще инструментальная, чем терминальная), и только во вторую очередь влияет такой фактор, как стиль жизни. Система ценностей, выраженная в структурировании наиболее значимых сфер жизнедеятельности, влияет на стиль потребления как прямым, так и непрямым образом. Прямое влияние является выражением прямой взаимосвязи ценностей со стилем потребления (*ценности*: роскошь, успех, власть, влияние, признание, собственность; *стиль потребления*: дорогие товары известных марок, мотивация престижа). Непрямое влияние прослеживается в искаженном проявлении ценностей на стиле потребления (*ценности*: независимость от мнения окружающих, ориентация на внутренний мир, гармоничность; *стиль потребления*: «бросить вызов окружающим», что является свидетельством небезразличного отношения к их мнению).

<...>

В основе моделей потребительского поведения лежат *социальные представления о стиле жизни*, воплощенные и осознаваемые на уровне желаемого «образа Я». Система ценностей на индивидуальном и групповом уровнях отражается в социальных представлениях о «модели должного». «Модель должного» является результатом направляющего и смыслообразующего действия системы ценностей, смысловым преломлением социального опыта и имеет влияние на стиль потребления индивида. Желаемый «образ Я» соотносится с «моделью должного» и реализуется через представления об успешности.

<...>

Типология потребителей, выявленная на основе системы ценностей, не только дает информацию о смысловом преломлении значений потребляемых товаров и мотивации потребления, но и позволяет делать прогнозы относительно поведения потребителей. Именно на основании ценностной типологии потребителей можно исследовать *социальную идентичность*, с позиций которой индивид осуществляет потребительское поведение.

Исходя из понимания доминирующего влияния ценностей на формирование системы мотивов и норм, которых придерживается индивид, с помощью потребительской типологии можно выявить факторы, детерминирующие и направляющие восприятие предметов и объектов окружающего мира, значимость для каждой из выявленных групп определенных характеристик товара.

Дальнейшее развитие рассмотренной проблематики может идти в нескольких направлениях. Одним из наиболее актуальных представ-

ляется исследование взаимосвязи социальной идентичности и потребления, выявление того, с позиций какого из «образов Я» индивид осуществляет потребительское поведение и различается ли выбор «образа Я» и идентичности для разных категорий товаров или же он остается тем же.

Еще одним возможным направлением развития этой темы является исследование социальных представлений и социальной идентичности, влияющих на поведение потребителей и определяющих потребительское поведение.

Современный анализ проблем психологии потребительского поведения рассматривает потребление как *социальный и культурный* процесс. С развитием общества потребление продуктов превращается в потребление символов. Социальный опыт человека, его система ценностей, интересов, мотивов и социальная идентичность реализуются в символичности потребления.

В процессе потребления в современном обществе объект потребления превращается в **символ**, потребляя который, человек не столько удовлетворяет свои базовые потребности, сколько сигнализирует окружающим с помощью набора потребляемых товаров, кто он есть, кем он хочет казаться и т.д. Таким образом, потребление выполняет функцию общения, когда потребляются не объекты, а обозначаемые ими идеи отношений между людьми.

Потребляя, люди обозначают определенные социальные отношения. Например, покупая все более и более дорогие вещи, человек *символизирует* свое движение вверх по социальной лестнице. Процесс дарения вещи символизирует дружеские или хорошие служебные отношения и т.д. Поэтому в процессе потребления важное место занимает идея отношений между людьми. Если бы потребление было функцией только удовлетворения потребностей, то люди в процессе потребления достигали бы удовлетворения, однако этого не происходит: люди стремятся потреблять больше и больше.

<...>

Образ торговой марки (бренд) становится нужным только в том случае, когда товары обладают *неощущаемыми или воображаемыми* различиями. При этом основная функция бренда заключается в *обещании потребителю* качеств, отвечающих его *ценностным и мотивационным* ожиданиям и воплощенных в наклеивании ясных и простых ярлычков на товар (например, «престижно», «практично», «модно» и т.д.).

Представление о ценности товара формируется, прежде всего, в воображении потребителя, поэтому бренд стремится занять самое выгодное место в его сознании. До тех пор, пока потребители выстраивают для себя образ торговой марки и им нравится пользоваться «клейменным» товаром, марка обладает собственной ценностью и является «своеобразной памяткой для потребителя, которому легче запомнить одно имя

марки, чем все разнообразные характеристики продукта». Воспринимая и оценивая продукт, потребитель соотносит наиболее важные для него признаки с образом товара. Ориентируясь на свои представления, сложившиеся на основании не только прошлых взаимодействий с аналогичными продуктами, но и всего своего опыта, потребитель достраивает необходимую информацию.

Воспринимаемые потребителем свойства товара не всегда соответствуют объективно заложенной в них ценности. Первоначальные функции товара меняются благодаря приданию ему субъективной ценности и наделению его дополнительными свойствами, обусловленными общественной ситуацией его потребления. Возникает феномен конструирования чувства идентичности, принадлежности к той или иной группе. Это конструирование представляет собой процесс использования продуктов или услуг для обозначения себя как члена той или иной группы или, наоборот, для подчеркивания своего пребывания вне ее, причем для каждой из групп характерно наличие определенной иерархии в системе ценностей и сложившихся представлений о нормативном поведении и образе жизни.

<...>

Как для потребляющего, так и для того, кто его оценивает, потребление становится **формой представления себя** другим и общения с ними. «Ты — это то, что ты ешь, носишь и водишь, ... ты — это то, что ты потребляешь». Таким образом, потребление превращается в потребление символов. Меняется само представление о вещи, ценность которой конструируется с помощью *смыслов*, представляемых вещами.

Следует отметить, что такие вторично возникающие функции (в том числе символические), приобретаемые товаром в процессе потребления, в первую очередь связаны с удовлетворением социальных потребностей (например, потребности в ощущении собственной значимости, социальной идентичности, духовном росте и т.п.). Благодаря этим функциям товар или услуга приобретают определенный «груз эстетических и статусно-престижных значений».

<...>

Главный парадокс социальной психологии потребительского поведения заключается в том, что подробный анализ различных аспектов переживаний потребителя сочетается с относительным равнодушием к проблемам отдельной личности. Прикладная направленность изучения потребительского поведения ставит массовую статистику выше индивидуального подхода. В исследованиях потребительского поведения объектом внимания выступает не отдельный человек, а масса людей. Это выделяет потребителей из более традиционного ряда индивидуально значимых объектов социально-психологического рассмотрения — от-

дельных личностей, малых и даже больших групп людей. На фоне массовых процессов поведение единичных потребителей, выходящее за рамки общих правил, не так уж и важно. Исключения объясняются стандартной ошибкой математической статистики, ради обнаружения действительных закономерностей ими можно пренебречь. Такое отношение к объекту можно охарактеризовать как *эмпирико-статистический подход* к исследованию потребительского поведения. Данный подход позволяет строить вероятностные модели прогнозирования реакции рынка на различные стратегии маркетинговой деятельности.

<...>

О. В. Соловьёва

СОВРЕМЕННОЕ ПРАВОВОЕ ПРОСТРАНСТВО: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ¹

<...>

Центральной проблемой социальной психологии на протяжении всей ее истории является *проблема отношений человека и общества*. Государственные учреждения, действующие в сфере правовых отношений (такие, как суд, прокуратура, милиция и др.), вторгаются в жизнь общества, поэтому предметом социально-психологического анализа должна стать и проблема отношений человека с этими государственными учреждениями, которые мы в дальнейшем будем называть правовыми учреждениями.

Правовое пространство — это не только пространство деятельности правовых учреждений, но и сфера общественной жизни, в которой люди должны вести себя «правовым образом», т.е. соблюдать закрепленные в законе нормы человеческого поведения и взаимоотношений, быть законопослушными. Разные формы отклоняющегося, девиантного, поведения как проявления правовой десоциализации также являются предметом социально-психологического анализа.

<...>

Если человек, находясь в правовом пространстве и взаимодействуя с правовыми учреждениями, испытывает серьезные проблемы, то это, в свою очередь, отражается на состоянии общества. Поэтому важной задачей социальной психологии является прослеживание и анализ связей, а также выявление социально-психологических механизмов, действующих в системе *человек и социальные группы — правовые учреждения — общество*.

¹ Соловьёва О. В. Современное правовое пространство: социально-психологические проблемы // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С. 272–286.

В период радикальных реформ, осуществляющихся в нашей стране в последние 15 лет, происходят серьезные изменения в каждом звене или ячейке указанной системы. Изучение социально-психологических аспектов этих изменений является актуальной задачей социальной психологии. Обозначим в первом приближении основные изменения и социально-психологические проблемы, связанные с ними.

Общество. Продолжается начавшийся в ходе перестройки и в условиях гласности интенсивный процесс становления гражданского общества. В связи с этим актуальной становится проблема изучения правосознания разных групп населения и, в частности, представлений граждан России о правах человека, а также о справедливости и ответственности. Большую актуальность приобретают кросскультурные исследования правосознания.

На фоне либерализации общественной жизни отмечаются некоторый рост и изменение структуры преступности (увеличивается количество корыстных преступлений, взяточничества, актов терроризма, преступлений, совершенных в состоянии наркотического опьянения, преступлений, жертвами которых становятся безнадзорные дети, и некоторых других). Все это делает особенно актуальным изучение проблем правовой социализации, правовой десоциализации и ресоциализации, а также исследование социально-психологических механизмов этих процессов.

Правовые учреждения. Реализация принципа разделения властей в обновляющейся России приводит к отделению от исполнительной власти действенной законодательной власти и независимой судебной власти.

<...>

Правосознание российских граждан основывается на практике социальных отношений, и расхождения между «нормативным» (предписываемым законом) и «обыденным» правосознанием в немалой степени отражают разрыв между законом и жизнью. Изучение этих расхождений — важная задача социальной психологии, имеющая значение для совершенствования практики законотворчества.

Еще один важнейший процесс в социальной жизни современной России — становление *независимой судебной власти*, решающей задачи правосудия, а не выполняющей политический заказ государства (например, борясь с преступностью), как это было в советские времена.

<...>

Практика современного российского суда присяжных наглядно показывает, что справедливым в глазах общества может быть только суд с реальным участием представителей данного общества, «людей с улицы» — носителей обыденного правосознания, руководствующихся логикой здравого смысла и оценивающих поступки своих сограждан «по совести», а не по формальному закону, зачастую отжившему свое, т.е. отставшему от

практики реальной жизни и сложившихся норм человеческих отношений. Иными словами, человек (прежде всего, присяжный заседатель), который действует в правовом пространстве, а не является его «пленником» или «жертвой», материалом для конвейерной переработки, оказывается гарантом «человечесоразмерности» правового пространства, спасающим это пространство от выхолащивания и не дающим ему окончательно оторваться от реальности.

Новый российский суд присяжных привел к складыванию новой практики юридических, психологических и комплексных исследований в этой области.

<...> Интерес социальных психологов к институту суда присяжных объясняется не только его исключительной значимостью для становления независимой судебной власти в России и для восстановления отношений доверия между гражданским обществом и государством с его судебной системой. Этот интерес вызван в значительной степени тем, что суд присяжных можно рассматривать как своеобразную естественную научную лабораторию, в которой феноменологически представлена «вся» социальная психология, причем в концентрированной и наглядной форме.

Особенно актуальными являются такие социально-психологические проблемы суда присяжных, как эффективная коммуникация и установление взаимопонимания между профессиональными (юристами — судьей, адвокатом, прокурором, а также экспертами) и непрофессиональными (подсудимым, потерпевшим, свидетелями, присяжными) участниками судебного заседания. Другая важнейшая проблема социальной психологии в этой области судебной практики — принятие коллегией присяжных группового решения в виде вердикта по делу.

Важно отметить, что институт суда присяжных соединяет все звенья анализируемой здесь цепочки: *человек и социальные группы — правовые учреждения — общество*, поскольку проявляет и позволяет изучать правосознание представителей разных социальных групп общества, а также соответствие писаных законов как представлениям граждан о справедливости и ответственности, так и практике общественной жизни. Проблемы *человека и социальных групп* в правовом пространстве смыкаются с проблемами *общества* в вопросах правосознания, прав человека и правовой социализации. Кроме того, виртуальность правового пространства ставит вопрос о профессиональной деформации личности юристов, о поиске средств, в том числе психологических и социально-психологических, ее преодоления.

Таким образом, интенсивно изменяющееся правовое пространство современной России выдвигает перед социальной психологией множество сложных задач, которые ей еще предстоит решить. В то же время часть из обозначенных в этом обзоре проблем жизни человека в современном правовом пространстве уже стала предметом исследований.

Проблематика изучения правосознания является традиционной для юридической психологии — прикладной психологической науки, сложившейся в последней трети XIX в. на стыке психологии и права. Но если перед дореволюционной юридической психологией стояла задача изучения *реального* правосознания людей, то в советское время произошел перекокс в сторону изучения *нормативного, предписанного законом* правосознания.

<...>

Правовая социализация, десоциализация и ресоциализация подростков также предстает в качестве предмета целой серии эмпирических исследований.

<...>

Участие в работе суда в качестве присяжного заседателя также можно рассматривать как форму эксплицитной правовой социализации, но уже взрослых людей. **Изучение социально-психологических проблем суда присяжных** является важным направлением психолого-правовых исследований. <...>

В суде присяжных впервые существенное значение приобретает коммуникация профессиональных участников судебного заседания между собой и с присяжными, а также понимание ими друг друга, поскольку именно в процессе устной коммуникации происходит отбор присяжных для участия в судебном процессе, ознакомление их с доказательствами, свидетельствами очевидцев, заключениями экспертов и позициями сторон. Таким образом, в суде присяжных создается реальное и очень насыщенное коммуникативное пространство, которое стало одним из первых объектов социально-психологического изучения. В фокусе внимания находилась коммуникативная компетентность профессиональных участников судебного процесса, особенности установления взаимопонимания между профессионалами и непрофессионалами, типичные трудности в процессе установления взаимопонимания.

Наблюдения за реальными судебными процессами с участием присяжных заседателей показали, что стороны обвинения и защиты (в отличие от судьи) довольно часто употребляют высказывания, квалифицируемые как *призыв* (к справедливости, к здравому смыслу и др.), *давление* (авторитетом профессионалов, угрозой осуждения со стороны общественности, угрозой неблагоприятных последствий для самих присяжных и др.), *апелляция к эмоциям* (гневу, страху, состраданию и др.), *манипуляция* (нечестной игры со стороны профессионалов). Это означает, что стороны активно используют *психологические техники воздействия* на присяжных, правда, не всегда эффективно (например, обилие призывов может создавать у присяжных впечатление голословности, вызывать реакцию раздражения и даже отторжения).

Анализ невербальной составляющей коммуникации юристов с присяжными показывает, что основную сложность для части юристов представляет еще не ставшая привычной задача поддерживать постоянный психологический контакт с присяжными. Внутренний дискомфорт юристов выражается также в противоречивости невербального рисунка поведения (например, громкая, напряженная, быстрая, экспрессивная речь в сочетании с зажатой позой человека, избегающего внимания со стороны окружающих).

Интерес вызывали также стратегии группового доказывания, т.е. *социально-психологические механизмы*, лежащие в основе вынесения присяжными группового решения — вердикта. В результате дискурсивного анализа обсуждений в двух модельных коллегиях А. В. Магунном были выделены две стратегии доказывания — «чтение истории» и «рассказывание истории». Первая стратегия выполняет когнитивную функцию — используется для ориентировки в доказательствах и их осмысления; вторая стратегия выполняет коммуникативную функцию — создание непротиворечивой озвучиваемой версии событий, связанных с преступлением.

Важнейшими составляющими правосознания являются представления о справедливости и ответственности. В результате исследования основные выводы, полученные с помощью валидизированной *шкалы веры в справедливый мир М. Лернера*, были сформулированы как гипотезы для будущих исследований:

1. Присяжные, имеющие сильную веру в справедливый мир (за счет приписывания вины самому подсудимому), в случае оправдательного вердикта будут порицать суд и оправдывать жизнь (как институты справедливости), а в случае обвинительного вердикта — наоборот.

2. Присяжные, имеющие слабую веру в справедливый мир (за счет приписывания вины среде), в случае оправдательного вердикта будут оправдывать суд и порицать жизнь, а в случае обвинительного вердикта — наоборот.

Исследование Е. О. Голынчик, также проведенное в Московском областном суде, четко выявило действие в суде присяжных таких механизмов, как *идентификация, самозащитная атрибуция, вера в справедливый мир, фундаментальная ошибка атрибуции и устранение когнитивного диссонанса*. В результате исследования была разработана модель атрибуции присяжными заседателями ответственности за преступление с выделением множества факторов, влияющих на этот процесс, среди которых главными все же оказались факты и обстоятельства дела. Полученные результаты свидетельствуют также о том, что, принимая решение, присяжные учитывают характеристики юристов, участвующих в процессе, и очень чутко реагируют как на их профессионализм, так и на их не-

компетентность, что свидетельствует о необходимости повышения профессиональной подготовки судебных юристов.

<...>

Завершая обзор социально-психологических исследований проблем человека в правовом пространстве современной России, отметим, что в основном они оказались сгруппированы вокруг трех ведущих тем — правосознания, правовой социализации и суда присяжных. Здесь получены интересные и важные результаты, открывающие новые перспективы для дальнейших исследований.

И. Б. Бовина

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ЗДОРОВЬЯ И БОЛЕЗНИ¹

Проблемы здоровья и болезни привлекали внимание представителей социальных наук (антропология, социология, психология, философия) еще в 50–60 гг. XX века. Однако только в конце 70-х гг. физическое здоровье и физическая болезнь оказались той областью, где были не только приложимы, но *необходимы* знания социальных наук. В это время появилась новая самостоятельная область знания — психология здоровья. <...> Несмотря на молодость психологии здоровья, в ее активе уже имеется значительно количество эмпирических работ, концепций, разработанных непосредственно для изучения проблем здоровья и болезни.

В России эта проблематика стала активно изучаться представителями социальных наук в конце 80-х — начале 90-х гг. Исследования проблем здоровья и болезни проводились преимущественно в русле социологии и психологии, кроме того, активная разработка этой проблематики предпринималась в рамках валеологии, науки о здоровье и здоровых людях, о закономерностях, способах, механизмах формирования, сохранения и укрепления здоровья человека. Эта междисциплинарная наука объединила вклад антропологии, психологии, социологии, биологии, экологии, педагогики, медицины и др. <...>

В качестве непосредственных предпосылок появления психологии здоровья как новой области прикладной психологии можно выделить три следующие.

Во-первых, изменились модели болезней. Благодаря прогрессу медицинского знания, пониманию причин болезней инфекционные заболевания как пневмония, грипп, туберкулез, дифтерит, скарлатина, тиф, корь, ведущие к летальному исходу в начале XX в., уступили к середине XX в. место хроническим заболеваниям: сердечно-сосудистым за-

¹ Бовина И. Б. Социальная психология здоровья и болезни. М., 2007. С. 37–43.

болеваниям, раку, инсульту. При этом особенности стиля жизни (например, чрезмерное потребление алкоголя, курение, использование наркотиков, незащищенный секс, диета и сидячий образ жизни) дополнили ряд факторов, негативно сказывающихся на здоровье человека. Только в 80-х гг. смертность от инфекционных болезней вновь стала расти по сравнению с хроническими заболеваниями, что объясняется возникновением и широким распространением СПИДа. После открытия комбинированных терапий в середине 90-х гг. этот пик смертности от инфекционных болезней стал вновь снижаться (по крайней мере, это соответствует имеющейся статистике по западным странам), уступая место сердечно-сосудистым заболеваниям и пр.

Во-вторых, появилось новое понимание здоровья и болезни. В 1948 г. в уставе Всемирной организации здравоохранения здоровье было определено как состояние полного *физического, психического и социального благополучия*, а не только как всего лишь отсутствие болезней и физических дефектов. Это изменение связывается с тем, что в XX в. на смену биомедицинской модели, господствовавшей в течение нескольких веков, пришла биопсихосоциальная модель.

В-третьих, необходимость появления новой дисциплины объяснялась и экономическим фактором — высокими затратами на медицинское обслуживание: более выгодным оказалось не излечение от болезней, но их профилактика и предотвращение, пропаганда здорового поведения и здорового стиля жизни. Необходимым оказалось психологическое знание, которое способно предложить решения в отношении ряда проблем в области профилактики здоровья и превентивных действий в отношении болезней.

С нашей точки зрения, существовала и **четвертая** предпосылка возникновения новой дисциплины, связанная с развитием самой психологии, с тем, что в этот момент имелось то самое необходимое знание, приложимое для решения проблем здоровья и болезни, которое потенциально было способно объяснить то, что было не под силу медицинскому знанию.

Основная сфера интересов психологии здоровья была определена Дж. Матараччо как «образовательный, научный, профессиональный вклад дисциплины психологии в продвижение и поддержание здоровья, профилактику и лечение болезней, идентификацию этиологических и диагностических взаимосвязей здоровья, болезни и связанных с ней дисфункций и улучшение системы здравоохранения и политики в области здоровья».

1. **Продвижение и поддержание здоровья** — эта область направлена на то, чтобы люди были здоровыми, вели здоровый образ жизни, ибо с одной стороны, «одна унция превентивных мер стоит один фунт лечения», с другой — продвижение здоровья — это ключевая составляющая качества жизни людей. В качестве примера здесь можно указать на различ-

ные исследования, а также разработку конкретных мер по поддержанию здорового поведения и здорового образа жизни.

2. Профилактика и лечение болезней — эта область включает различные типы профилактики, рассчитанные как здоровых, так и на больных людей. Один тип профилактики предназначен для здоровых людей. Его цель — помочь людям избежать болезни, не развивать *проблемного поведения* (не иметь вредных привычек), научиться справляться со стрессом. Второй тип профилактики направлен на тех, кто уже заболел какой-либо болезнью или имеет так называемое проблемное поведение, с целью защитить их от тяжелых последствий (будь то более тяжелые формы заболевания, в случае уже заболевших, или приобретение заболевания, в случае людей с вредными привычками). Наконец, третий тип профилактики ориентирован на тех, кто преодолел болезнь, но кто нуждается в изменении стиля жизни, поведения, привычек в новой ситуации (например, требуется соблюдать диету и определенный режим дня, контролировать физические нагрузки и пр.). Профилактические меры могут касаться и семьи больного человека. В этом случае они направлены на построение отношений с больным человеком.

3. Идентификация этиологических и диагностических взаимосвязей здоровья, болезни и связанных с ней дисфункций — усилия в этой области направлены на поиск ответов на вопросы: кто заболевает, а кто остается здоровым; кто среди больных выздоравливает, а кто — нет, изучение того, как социальная поддержка, оказываемая больному, отражается на динамике его выздоровления. Причем для поиска ответов психология здоровья использует знания психонейроиммунологии (науки, объединяющей знания ряда дисциплин: социальной психологии, нейронаук и иммунологии). Основная задача психонейроиммунологии заключается в том, чтобы исследовать, как психологические факторы влияют на иммунную систему человека и его физическое здоровье посредством нервных и эндокринных путей. Анализ взаимосвязи этих факторов приобретает особую важность в связи с иммунологически медируемыми проблемами здоровья, будь то инфекционные заболевания, рак, аллергия.

4. Улучшение системы здравоохранения и политики в области здоровья — эта область направлена как на изучение и модификацию самой системы здравоохранения в целом, так и на анализ и улучшение взаимодействия между врачом — пациентом. То как складывается это взаимодействие и осуществляется коммуникация между ними, отражается на том, в какой мере пациенты следуют указаниям врача, адаптируются к ситуации болезни, выздоравливают.

Указанные выше сферы отражают интересы психологии здоровья в целом, объединяющей усилия различных отраслей психологии, нас же интересует вклад социальной психологии в каждую из этих сфер. В этой связи сделаем здесь ряд уточнений в отношении специфики интересов социальной психологии здоровья и болезни. Так, есть основания пола-

гать, что если бы население планеты перестало курить, то это снизило бы на 25% смертность от различных видов рака, спасло бы жизнь сотни тысяч людей, умирающих от сердечных приступов каждый год. Снижение веса на 10% с помощью правильного питания и физических упражнений снизило бы заболеваемость сердечно-сосудистыми заболеваниями, а также некоторыми видами онкологических заболеваний. Всего лишь ведение активного образа жизни спасло бы жизнь людям, умирающим от некоторых видов рака, диабета и сердечно-сосудистых заболеваний в 15% случаев. На этих примерах несложно заметить, что одна из ключевых причин болезней и смертности связывается с привычками, поведением, образом жизни человека. Отсюда вопросы, на которые социальным психологам придется искать ответы, формулируются примерно так: почему люди курят, зная, что это вредит их здоровью; почему не ведут здорового образа жизни, хотя они информированы о его необходимости; почему не следуют предписаниям врача, зная, что на определенных стадиях болезни с ней справиться легче? Для поиска ответов требуется исследовать то, каковы убеждения людей в отношении здоровья и болезни, как эти убеждения регулируют соответствующее поведение индивидов. Как показывают исследования, индивиды недооценивают опасность для них самих воздействия различных распространенных факторов, угрожающих жизни: сердечно-сосудистые заболевания, диабет, но переоценивают опасность необычных событий — например быть убитым. Эта переинтерпретированная вероятность события, угрожающего здоровью человека, принимается во внимание при планировании соответствующих действий.

В фокус социально-психологического анализа проблем здоровья и болезни попадает анализ обыденного знания о здоровье и болезни, соотношения обыденного знания с поведением, с практикой здорового образа жизни. Не только люди, страдающие хроническими заболеваниями, вырабатывают в отношении причин своего заболевания различного рода теории, но и здоровые люди строят модели, объясняющие этиологию болезней. В особенности это справедливо для тех случаев, когда возникает эпидемия новой неизлечимой болезни, как, например, в случае СПИДа. Поиск путей изменения поведения неизбежно лежит через изучение установок, убеждений, ценностей, представлений, ориентирующих, направляющих и оправдывающих те или иные действия (равно как и бездействия), связанные со здоровьем и с болезнью. Каждый индивид имеет собственный опыт болезни и ее лечения, собственные «способы диагностики» своего состояния, апеллируя к самым разнообразным знаниям, представлениям о здоровье и о болезни, ибо соматические заболевания сопровождают человека на протяжении всей жизни. Не будет преувеличением, если мы скажем, что вся история человечества может быть представлена как история изучения заболеваний и поиска

средств борьбы с ними с целью продления полноценной человеческой жизни, повышения ее качества и удовлетворенности человека собственной жизнью. Добавим, что в этой борьбе с болезнями, где зачастую самым эффективным средством была борьба с самими больными. Кроме того, как было подробно изложено в первой главе, на протяжении всей истории человечества формировались убеждения в отношении того, что такое здоровье и болезнь, изменяясь от эпохи к эпохе. Следы «страшных эпидемий» прошлого присутствуют и в наших убеждениях и соответствующим образом регулируют наше поведение в отношении болезни и больных. Все это оказывается в рамках социально-психологического анализа.

Здоровое поведение, здоровый образ жизни, проблемное поведение, опыт болезни — все это происходит в определенном социальном и историческом контексте, который оказывает влияние на то, что индивид думает и чувствует в отношении болезни и здоровья, а также на то, как он строит соответствующее поведение по поддержанию здоровья и защите от болезни. И здесь можно согласиться с Д. Бар-Талем в том, что социальная психология не может избежать отношений с более широкой социальной системой, если она желает быть социальной в широком смысле этого слова и соответствовать тем проблемам, которые занимают людей в их социальной жизни. Тогда политические, социальные и экономические изменения, происходившие в Восточной Европе в конце XX в. и неизбежно отразившиеся на здоровье граждан, также должны быть в фокусе внимания исследователей.

Успех программ, продвигающих здоровье и здоровый образ жизни, а также эффективность превентивных и профилактических мероприятий определяется в немалой степени тем, насколько люди, кому адресована эта информация, понимают ее как релевантную, принимают как затрагивающую их лично, знают, как нужно действовать и готовы к этому поведению. Недифференцированное обращение «ко всем» едва ли результативно, оно может быть легко отвергнуто, ибо не обладает высокой личностной релевантностью. Здесь можно размышлять так: «Если это касается всех и каждого, значит, не меня, так как я — не каждый». Наряду с этим задача социальных психологов, как в случае СПИДа, заключается в том, чтобы не драматизировать и не морализировать ситуацию вокруг болезни, указать на пути превентивного поведения, помочь преодолеть сильный страх, который едва ли является хорошим советчиком. Человек, сталкиваясь с пугающей информацией и отсутствием конкретных мер по реальному устранению источника опасности, предпринимает наименее сложную стратегию поведения — отрицание риска. Это соответствует описанному в социальной психологии феномену — *перцептивной защите*: легче убедить себя, что угроза заболевания касается других, или просто оградить себя от травмирующей информации, чем принять ее как релевантную и изменить собственное. Как следствие — в

ситуации реальной угрозы болезни люди оказываются защищенными на воображаемом уровне. В самом начале эпидемии стало очевидно, что простое информирование о болезни, о способах ее распространения необходимо, но только конкретное знание не остановит темпов распространения СПИДа, ибо одна из важнейших проблем в связи со здоровьем и болезнью заключается в том, что между поведением, которое ведет к болезни, и самой болезнью существует некоторый временной разрыв. Именно эта «пауза» дает индивиду возможности найти иные пути объяснения причин болезни, оправдать настоящее поведение и ничего не менять. Это одно из самых важных проблем разработки различного рода превентивных и профилактических программ. Кроме того, разрабатываемые превентивные и профилактические программы, требуется, чтобы те, кому они адресованы, не были сторонними наблюдателями, но участниками. Опять же это в наибольшей степени касается кампаний в отношении СПИДа.<...>

Имеющееся социально-психологическое знание, применимое к проблемам здоровья и болезни, возможно классифицировать различными способами. Например, исходить из основной проблематики, которую изучает социальная психология в связи со здоровьем и болезнью (например, курение, СПИД, рак, диабет, здоровый образ жизни, феномен «выгорания» и пр.). Можно исходить из социально-психологических теоретических ориентаций: психоаналитической, необихевиористской, интеракционистской и когнитивистской, дополнив эту классификацию взглядом гуманистической психологии. С нашей точки зрения, в качестве критерия классификации этого социально-психологического знания стоит учитывать *вклад* социальной психологии в область здоровья и болезни и объяснительную силу концепций. Тогда различаются три направления исследования: общие теории и концепции; специфические теории и модели для анализа и разрешения проблем здоровья и болезни; серии эмпирических исследований, требующие теоретических обобщений.

Основополагающее предположение, на которое опираются исследователи в рамках общих теорий, заключается в том, что поведение, связанное с болезнью или здоровьем, может быть предсказано, основываясь на общих концептах, будь то аттитюды, убеждения, представления, процессах сравнения или атрибуции и пр. Среди теорий, принимаемых на вооружение для разрешения проблем здоровья и болезни: 1) теории аттитюдов; 2) атрибутивные теории; 3) теория социального сравнения; 4) социально-когнитивная теория; 5) теория социальных представлений. Вклад каждой из этих теорий в изучение проблематики здоровья и болезни различен.

Общее предположение специфических теорий и моделей заключается в том, что специфические убеждения позволяют предсказать поведение, связанное со здоровьем и болезнью. Отсюда и интерес исследователей к

анализу именно этих убеждений и анализу того, как соотносятся эти убеждения с поведением. К таким теориям и моделям можно отнести следующие: 1) модель убеждений о здоровье; 2) теория защитной мотивации; 3) модель ментальных представлений о здоровье и болезни; 4) постадийные модели изменения поведения, связанного со здоровьем.

Среди многочисленных эмпирических работ по проблемам здоровья и болезни можно упомянуть серии работ, указывающих на связь между подавлением или выражением эмоций, со здоровьем и болезнью; анализирующих то, как факт наличия или отсутствия социальной поддержки сказывается на здоровье мужчин и женщин; демонстрирующих, как то, что думает и чувствует индивид в отношении здоровья и болезни, можно изменить посредством процессов социального влияния.

Используя метафору можно сказать, что различные карты описывают одну и ту же территорию — убеждения и поведение, связанные со здоровьем и болезнью — с разных точек зрения. Попадание на новую территорию требует обращения к новой карте, за счет использования разных карт территория становится более понятной. Аналогичным образом складывается ситуация и с теориями. Не существует правильной теории, есть только теория, которая лучше всего отвечает нашим требованиям по сравнению с остальными.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|-----------------------|---|
| От составителей | 3 |
|-----------------------|---|

Раздел I

ПРЕДМЕТ И ИСТОРИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

| | |
|---|----|
| <i>Майерс Д.</i> Введение в социальную психологию | 6 |
| <i>Грауманн К. Ф.</i> Введение в историю социальной психологии | 11 |
| <i>Росс Л., Нисбетт Р.</i> Уроки и вызовы социальной психологии | 23 |
| Три кита социальной психологии | 24 |
| <i>Герген К. Дж.</i> Социальная психология как история | 31 |
| <i>Стефаненко Т. Г.</i> Социальная психология и культурный контекст | 39 |
| <i>Андреева Г. М.</i> Социальная психология и социальные изменения | 45 |

Раздел II

ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

| | |
|---|-----|
| <i>Майерс Д.</i> Слагаемые убеждения | 58 |
| <i>Богомолова Н. Н.</i> Современные когнитивные модели убеждающей коммуникации | 74 |
| <i>Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погорьша В. М.</i> Стратегии и тактики влияния и манипулирования | 80 |
| <i>Андреева Г. М., Богомолова Н. Н., Петровская Л. А.</i> Теории диадического взаимодействия | 94 |
| <i>Гришина Н. В.</i> Конфликтное взаимодействие | 105 |
| <i>Петровская Л. А.</i> О понятийной схеме социально-психологического анализа конфликта | 119 |
| <i>Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погорьша В. М.</i> Межличностная аттракция | 128 |
| <i>Лабунская В. А.</i> Психология экспрессивного невербального общения: Основные понятия | 136 |
| <i>Андреева Г. М.</i> Атрибутивные процессы | 152 |
| <i>Донцов А. И., Стефаненко Т. Г.</i> Социальные стереотипы: Вчера, сегодня, завтра | 170 |

Раздел III

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ ГРУПП

| | |
|--|-----|
| <i>Донцов А. И.</i> О понятии «группа» в социальной психологии | 180 |
| <i>Штомпка П.</i> Социология социальных изменений | 186 |
| <i>Клецина И. С.</i> Гендерные группы как субъекты гендерных отношений | 203 |
| <i>Донцов А. И., Дубовская Е. М., Жуков Ю. М.</i> Группа — коллектив — команда. Модели группового развития | 214 |
| <i>Кричевский Р. Л., Дубовская Е. М.</i> Теоретико-методологические и исторические аспекты исследования малой группы | 226 |
| <i>Джэнис Ирвинг Л.</i> Огруппленное мышление | 239 |

| | |
|--|-----|
| <i>Кричевский Р. Л.</i> Краткий исторический очерк исследования лидерства | 247 |
| Вероятностная модель эффективности руководства | 252 |
| <i>Шелдрейк Дж.</i> Дуглас Мак-Грегор и человеческая сторона предприятия | 258 |
| Уильям Оучи и теория Z | 262 |
| <i>Агеев В. С.</i> Теоретические подходы к исследованию межгруппового взаимодействия | 267 |
| <i>Стефаненко Т. Г.</i> Изучение социальной каузальной атрибуции: Успехи, проблемы, перспективы | 280 |

Раздел IV

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ

| | |
|---|-----|
| <i>Майерс Д.</i> Я в социальном мире | 288 |
| <i>Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р.</i> Самопознание с помощью я-схем | 297 |
| Познание своего «я» в социальном взаимодействии | 298 |
| <i>Белинская Е. П.</i> Исследования личности: Традиции и перспективы | 302 |
| <i>Агеев В. С.</i> Социальная идентичность личности | 308 |
| <i>Белинская Е. П.</i> Понятие социализации | 316 |
| <i>Асмолов А. Г., Ковальчук М. А.</i> О соотношении понятия установки в общей и социальной психологии | 327 |
| <i>Майерс Д.</i> Поведение и установки | 338 |
| <i>Тихомандрицкая О. А.</i> Социальные изменения и изменение социальных установок | 355 |
| <i>Белинская Е. П.</i> Кризис идентичности в условиях радикальных социальных изменений | 367 |

Раздел V

ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

| | |
|---|-----|
| <i>Жуков Ю. М.</i> Позиции психолога-практика | 376 |
| <i>Гозман Л. Я., Шестопап Е. Б.</i> Политическая психология и политическая практика | 383 |
| <i>Липатов С. А.</i> Проблема организационной приверженности и идентификации с точки зрения социальной психологии | 391 |
| <i>Базаров Т. Ю.</i> Технология assessment centre в рамках организационных изменений | 396 |
| <i>Тихомандрицкая О. А., Рикель А. М.</i> Социально-психологические факторы успешности карьеры | 408 |
| <i>Жуков Ю. М.</i> Коммуникативный тренинг. Теория и практика | 414 |
| <i>Петровская Л. А.</i> Социально-психологический тренинг: Воздействие как интенсивное общение | 426 |
| <i>Фоломеева Т. В., Мельникова О. Т., Ширков Ю. Э.</i> Потребительское поведение: Теория и действительность | 435 |
| <i>Соловьева О. В.</i> Современное правовое пространство: Социально-психологические проблемы | 443 |
| <i>Бовина И. Б.</i> Социальная психология здоровья и болезни | 448 |