

ОБЩЕСТВЕННОЕ ЖИВОТНОЕ. ВВЕДЕНИЕ В СОЦИАЛЬНУЮ ПСИХОЛОГИЮ

Факторы, повышающие и снижающие конформность. Часть 1

Глава 1. Что такое социальная психология?
Конформность



Принадлежность к группе против получения информации

Людям очень важно принадлежать группе. Принятие и отказ являются одними из самых больших наград и наказаний для социальных животных, потому что в нашей эволюционной истории социальное отчуждение может привести к катастрофическим последствиям, а именно к лишению ресурсов и защиты со стороны группы в опасном мире. Таким образом, люди сохранили и передавали гены тех, у кого была сильная склонность вписываться в группу. Наследием такой истории является то, что большинство из нас будет прилагать большие усилия, чтобы избежать социальной изоляции.

Существует множество ситуаций, в которых мы поддаемся поведению других, потому что их поведение является нашим единственным руководством для необходимых действий. Мы часто полагаемся на других людей в качестве средства определения реальности. То есть мы с большей вероятностью будем вести себя конформно по отношению к поведению или мнению индивида, если он похож на нас или важен нам, или же представляется нам специалистом в какой-либо области, или же он является человеком, который наделен властью в данной ситуации.

К примеру, установлено, что люди в большей степени готовы исполнить требование, высказанное человеком, одетым в форму, нежели человеком, одетым в штатское, даже когда дело касается совершенно тривиальных указаний. В одном исследовании пешеходов просили помочь мелочью водителю, у которого истекло время парковки автомобиля. На самом деле обращавшаяся с этой просьбой женщина была одним из экспериментаторов: в том случае, когда она была одета в форму полицейского, следящего за парковкой, испытуемые выполняли ее просьбу гораздо охотнее, чем тогда, когда на женщине была повседневная мягкая одежда, либо деловой костюм. Таким образом, всего лишь внешнее проявление власти, надежным символом которой служит форма, способно придать просьбе оттенок «легитимности» и в конечном итоге вызвать у тех, к кому она обращена, более высокую степень уступчивости.

О загрязнении территории

Теперь давайте обратимся к нормам поведения, направленным против загрязнения территории. Для многих выбросить мусор в неподобающем месте – невелика беда, в этом-то и состоит часть проблемы. Большинство людей, не задумываясь, оставляют после себя немного мусора, однако это «немного» аккумулируется, засоряет нашу среду обитания и обходится налогоплательщикам в немалые суммы.

Аронсон приводит пример: в одной только Калифорнии на очистку от мусора придорожных участков ежегодно тратят более чем 100 миллионов долларов. А теперь представьте, что вы подъезжаете к автостоянке рядом с местной библиотекой и видите, что служащий, как обычно, прикрепляет вам к ветровому стеклу квитанцию об оплате за парковку. Вы снимаете ее и без долгих размышлений сминаете в комок. А теперь ключевой вопрос: выкинете ли вы его тут же на землю или положите в карман, чтобы выбросить в ближайшую по пути урну для мусора? Ответ: в значительной мере это зависит от того, как делают другие.

В тщательно продуманном эксперименте Роберт Чиадини и его сотрудники прикрепляли такие квитанции к ветровым стеклам и наблюдали, как поступит тот или иной водитель, когда обнаружит бумажку. Чиадини устроил дело таким образом, что некоторые направлявшиеся на стоянку могли видеть, как проходившие мимо сообщники экспериментатора останавливались, нагибались, подбирали с земли кем-то брошенный бумажный пакет из ближайшего ресторанчика и переправляли его в рядом стоящий мусорный бак. После этого почти ни один из наблюдавших эту сцену водителей, обнаружив на ветровом стекле квитанцию, не выбрасывал ее на землю.

В контрольном эксперименте, когда модель социально ответственного поведения отсутствовала, более чем треть водителей бросили свои бумажки на землю. В проведенном параллельно эксперименте Чиадини и его коллегами была использована более тонкая техника информационного влияния: уже не было человека, моделирующего поведение, а все манипуляции проводились с внешним видом самой стоянки. Предварительно по всей стоянке



были разбросаны квитанции. Видя эту картину, большинство водителей начали делать то же самое, вероятно думая про себя: «В конце концов, если никого не заботит чистота на стоянке, почему меня это должно беспокоить?».

Достаточно интересным представляется другое наблюдение: если люди обнаруживали рядом с собой на земле одну скомканную бумажку, то их стремление намусорить оказывалось гораздо менее сильным, чем если они видели абсолютно чистую стоянку. Причиной такого поведения является то, что немного мусора напоминает нам о мусоре и одновременно показывает, что подавляющее большинство людей следуют норме «не мусорить». Если же вся территория оказывается девственно чистой, то большинство людей даже не задумываются об этих нормах и, следовательно, с большей вероятностью намусорят, не отдавая себе отчет в содеянном.

В приведенном примере конформность была вызвана информацией, а не страхом. Однако не всегда столь просто различить эти два типа конформности. Зачастую поведение может быть абсолютно идентичным, и ключевым элементом, позволяющим провести различие, оказывается наличие или отсутствие карающего фактора.

Социальное влияние и эмоция

Еще раз повторимся: когда реальность туманна, другие люди становятся главным источником информации.

Общий характер этой закономерности прекрасно иллюстрирует исследование, проведенное Стэнли Шехтером и Джеромом Сингером. Оно продемонстрировало, что люди ведут себя конформно по отношению к другим даже при оценивании таких личных явлений, как содержание их собственных эмоций. Однако, прежде чем описать их исследование, полезно прояснить, что в данном случае понимается под «эмоциями».

Согласно Уильяму Джеймсу, в эмоции присутствует как чувственное, так и когнитивное содержание. Его двухкомпонентную концепцию эмоций можно сравнить с прослушиванием песни на музыкальном автомате: сначала вам нужно включить машину, опустив монетку в специальную прорезь, а затем, выбрав песню, которую хотите прослушать, нажать на нужную кнопку. Так же и эмоция – она требует как физиологического возбуждения, так и словесного обозначения. Чтобы конкретизировать это положение, представим себе следующую картину.

Если, бродя по лесу, мы сталкиваемся с голодным и свирепым медведем, то в нашем организме неизбежно произойдет некое физиологическое изменение. Оно влечет за собой возбуждение – ответную реакцию симпатической нервной системы, с точки зрения физиологии аналогичную той, что возникает при встрече с человеком, на которого мы сердиты. Однако мы интерпретируем эту ответную реакцию как страх, а не гнев, скажем, или эйфорию, только в том случае, когда когнитивно начинаем сознавать, что находимся рядом с возбудителем страха, в данном случае это свирепый медведь.

А что, если мы испытываем физиологическое возбуждение в отсутствие соответствующего возбудителя? Например, если кто-то тайно подмешал нам в питье некое химическое вещество, вызывающее физиологическое возбуждение? Будем ли мы испытывать страх? Уильям Джеймс на этот вопрос, вероятно, ответил бы, что нет, но только до тех пор, пока рядом не окажется соответствующего возбудителя.

И вот тут на сцене появляются Шехтер и Сингер. В эксперименте, который они проводили, одной части испытуемых сделали инъекцию синтетической разновидности адреналина, вызывающего физиологическое возбуждение, а другой части – ввели безвредный раствор – плацебо. Всем испытуемым сказали, что данное химическое соединение – витаминная добавка «супроксин». А некоторых испытуемых, получивших дозу синтетического адреналина, вдобавок предупредили, что у них могут наблюдаться побочные эффекты, включая повышенное сердцебиение и тремор: аналогичные действия и в самом деле оказывает эпинефрин. Таким образом, они находили объяснение появившимся в результате действия эпинефрина симптомам, говоря себе: «Мое сердце колотится и руки дрожат только из-за сделанной мне инъекции». Других испытуемых ни о чем подобном предварительно не предупреждали. Поэтому,



когда у них также начались сердцебиение и дрожь в руках, то как они могли интерпретировать причины, вызвавшие эти реакции? Да так же, как их интерпретировали окружающие.

А теперь вообразите, что вас поместили в одну комнату с подставным участником, который запрограммирован выражать гнев. Возмущаясь все время анкетой, которую вы оба заполняете, в приступе крайнего раздражения он наконец рвет ее на кусочки и швыряет в мусорную корзину. Тем временем у вас начинается проявляться действие адреналина – сердце бьется учащенно, руки начинают дрожать. Какое чувство вы теперь переживаете?

В данной ситуации большинство испытуемых ощущали гнев и вели себя соответствующим образом. Следует заметить, если испытуемым была сделана инъекция плацебо – безвредного раствора, не дающего никаких симптомов, или если им была сделана инъекция адреналина и они были заранее предупреждены о возможных последствиях ее действия – в этих случаях «фокусы» подставных участников сравнительно мало влияли на испытуемых.

Когда физическая реальность была предсказуемой и объяснимой, поведение других людей не слишком сильно влияло на эмоции испытуемых. Однако стоило им ощутить сильную физиологическую реакцию своего организма, причины которой были для них неясны, они начинали интерпретировать свои чувства как эйфорию или как гнев, полагаясь на поведение других людей, которые, как считали испытуемые, «плыли с ними в одной химической лодке».

Социальное влияние: жизнь и смерть

Как мы видели, другие люди намеренно или непреднамеренно могут оказывать существенное влияние на поведение человека. До тех пор, пока мы не поймем, как протекает этот процесс, подобные воздействия могут вызывать нежелательные последствия и для всего общества.

Интересным и поучительным примером к сказанному стало исследование, в котором Крэйг Хэйни анализировал так называемую процедуру отбора по критерию отношения к смертной казни.

В основных чертах суть дела состоит в следующем. Процедура отбора членов суда присяжных возникает в штатах, где смертная казнь не отменена. Во внимание принимается прежде всего отношение будущих членов суда присяжных к исключительной мере наказания: тех, кто принципиально выступает против нее, систематически исключают из состава жюри. Причем этот отбор производится в присутствии всех кандидатов на роль присяжных, включая и тех, кто будет избран. Хэйни, профессиональный адвокат и социальный психолог, в связи с этим высказал такое предположение.

Вполне возможно, что члены суда присяжных, считающие смертную казнь допустимой, являясь свидетелями того, как их оппонентам дают отвод, получают своего рода неявную подсказку: закон не одобряет тех, кто выступает против смертной казни. Это в свою очередь может побудить их активнее голосовать за вынесение смертного приговора. Для того чтобы проверить это предположение, Хэйни провел следующий эксперимент. Случайной выборке взрослых испытуемых показали видеозапись, на которой была запечатлена вполне убедительная процедура выбора жюри присяжных, проведенная в инсценированном зале суда одного из высших юридических учебных заведений. Все выглядело вполне реалистично и соответствовало тем представлениям, которые ассоциируются с понятием «судебное заседание». К тому же роль адвоката, прокурора и судьи играли опытные юристы.

Первая группа испытуемых смотрела в одном случае видеозапись, содержащую процедуру отбора по критерию отношения к смертной казни, вторая, контрольная – видеозапись, в которой эта процедура отсутствовала. По сравнению с участниками эксперимента из контрольной группы испытуемые, просмотревшие запись, включающую указанную процедуру, оказались более убежденными в виновности подсудимого, а также в том, что и судья думает, будто подсудимый виновен. Они с большей вероятностью голосовали бы за смертный приговор, если бы подсудимый был признан виновным.

Таким образом, факторы, оказывающие влияние на наши мнения и поведение, могут быть замаскированы и в то же время они могут быть вопросом жизни и смерти.



Реакции на социальное влияние

До сих пор мы описывали конформность на более или менее понятном для всех языке. Ее отличительная особенность определялась, во-первых, мотивами поведения индивида: ожидание поощрения или наказания, потребность в знании; во-вторых, относительной устойчивостью конформного поведения. От этого простого описания перейдем к более сложной и удобной классификации, применимой не только к конформности, но и ко всему спектру социального влияния.

Аронсон выделяет три различных типа реакции на социальное влияние: подчинение, идентификацию и интернализацию.

Подчинение

Данный термин лучше всего описывает тип поведения человека, мотивацией которого является желание получить поощрение или избежать наказания. Типичным для подобного поведения является то, что оно продолжается только до тех пор, пока не иссякнет надежда на поощрение или будет сохраняться угроза наказания. Так, можно заставить крысу успешно проходить лабиринт, если держать ее голодной, а в конце лабиринта поместить еду.

Аналогичным образом можно заставить большинство крестьян какой-нибудь слаборазвитой страны публично высказать свою лояльность флагу Соединенных Штатов Америки, пригрозив им применением силы, если они этого не сделают, или, напротив, пообещав накормить и обогатить их в случае, если они поступят так, как требуется.

На уровне подчинения многие экспериментаторы не видят большой разницы между людьми и другими животными, потому что все организмы так или иначе реагируют на поощрения и наказания. Уберите пищу из конечного пункта лабиринта – и крыса перестанет бежать по нему; прекратите «подкармливать» крестьян обещаниями или сыпать угрозы в их адрес – не будет и выражения лояльности.

Идентификация

Эта реакция индивида, вызванная желанием походить на человека, оказывающего социальное влияние. Как и в предыдущем случае, при идентификации мы ведем себя соответствующим образом не потому, что данное поведение само по себе приносит удовлетворение, скорее мы принимаем данный тип поведения, потому что он обеспечивает удовлетворяющие нас отношения с человеком или людьми, с которыми мы себя идентифицируем. Идентификация отличается от подчинения тем, что мы все же начинаем верить, хотя и не слишком сильно, в правильность мнений и ценностей, которые мы принимаем. Так, если некий человек или группа людей привлекает или притягивает нас, то мы склонны к тому, чтобы поддаться их влиянию и воспринять их ценности и социальные установки. Это может происходить не потому, что мы хотим получить поощрение или избежать наказания, а просто потому, что мы стремимся походить на этого человека или на членов этой группы. Аронсон приводит в качестве примера на идентификацию феномен доброго старого дяди Чарли.

Представьте себе, что у вас действительно есть дядюшка по имени Чарли – душевный, динамичный и вызывающий восхищение человек. С ранних лет вы любили его и желали походить на него, когда вырастаете. Дядя Чарли служит управляющим в большой корпорации и обладает твердым мнением по многим вопросам.

В частности, он испытывает глубокую антипатию к современному законодательству о социальных пособиях: дядя Чарли считает, что всякий, кто действительно желает работать, в состоянии заработать на то, чтобы прокормить себя и свою семью, поэтому выдача правительством денег безработным и другим категориям населения лишь гасит их желание трудиться. Будучи еще ребенком, вы не раз слышали, как дядя Чарли высказывал свою позицию, и это стало частью вашего мировоззрения. Это произошло не потому, что вы



размышляли над этой проблемой и согласились с точкой зрения дяди Чарли, и, конечно, не потому, что вы ожидали какого-либо поощрения с его стороны за то, что разделяете его позицию, или наказания за то, что вы выступаете против. Скорее всего именно потому, что вам нравится дядя Чарли, подобные взгляды стали частью вас самих, и вы стремились включить их в систему ваших жизненных взглядов и ценностей.

Интернализация

Интернализация той или иной ценности или убеждения представляет собой самую устойчивую, наиболее глубоко укорененную реакцию на социальное влияние.

Мотивацией к тому, чтобы интернализировать некое убеждение, является желание оказаться правым. Следовательно, в данном случае поощрение за воспринятое убеждение является чисто внутренним и идет от согласия с его содержанием. Если человек, пытающийся на нас повлиять, вызывает доверие и его суждения кажутся нам разумными, то мы их воспримем и включим в нашу собственную систему ценностей. В результате они превратятся в часть этой системы и станут независимыми от источника своего происхождения, и изменить эти суждения будет крайне трудно.

Давайте рассмотрим некоторые важные отличительные характеристики указанных реакций на социальное влияние.

Подчинение – наименее продолжительная реакция людей, на которых оказывают воздействие. Подчиняясь, они всего лишь хотят получить поощрение либо избежать наказания. Подчиняющийся понимает силу обстоятельств и с легкостью может изменить свое поведение, как только данное обстоятельство утрачивает силу. Под дулом автомата меня можно заставить говорить все, что угодно; как только угроза смерти минует, я быстро возьму свои слова назад. Если ребенок выказывает доброту и великодушие по отношению к младшему брату с целью получить от матери печенье, то совершенно необязательно, что из такого ребенка в будущем получится добрый и великодушный взрослый. Он не усвоил того, что великодушие хорошо само по себе; единственное, что он в действительности усвоил, так это то, что великодушие представляет собой хороший способ получить печенье. Стоит только запасу печенья иссякнуть, как благородное поведение в конце концов сойдет на нет, если, конечно, его не поддержать каким-то новым поощрением или угрозой наказания.

Таким образом, поощрения и наказания являются очень важными средствами, которые заставляют людей усваивать и выполнять те или иные действия. Однако эти средства социального влияния являются в то же время очень ограниченными: чтобы оставаться эффективными, они должны присутствовать до тех пор, пока индивид не отыщет какие-нибудь дополнительные причины продолжать следовать данному поведению. Последнее обстоятельство мы еще обсудим.

Проявление реакции на социальное влияние, которую мы называем идентификацией, совершенно не зависит от продолжительных поощрений или наказаний. Тому, с кем человек себя идентифицирует, вообще не обязательно присутствовать рядом, необходимо лишь желание индивида походить на данную персону. К примеру, если дядя Чарли переезжает и проходят месяцы, а то и годы, в течение которых вы его не видите, то все равно вы сохраняете близкие ему убеждения.

Это происходит до тех пор, пока:

- он остается для вас значимым;
- он сам сохраняет их;
- этим убеждениям не брошен вызов со стороны других, которые кажутся более правильными.

По той же логике эти убеждения могут претерпеть изменения, если сердце дяди Чарли склонно к измене или же в случае затухания вашей любви к дяде. Вы можете изменить ваши убеждения и тогда, когда какой-нибудь человек или группа людей, представляющие для вас большую важность, нежели дядя Чарли, исповедуют нечто совсем иное.



Представьте, например, что вы уехали в колледж и встретили там группу новых, вызывающих у вас расположение друзей, которые, в отличие от дяди Чарли, твердо выступают в защиту социальных пособий. Если вы восхищаетесь ими так же, как вашим дядей, или еще сильнее, то вы можете поменять свои убеждения, чтобы больше походить на новых друзей. Таким образом, более значимая идентификация может возобладать над предшествующей.

Свести на нет эффект социального влияния, вызванного идентификацией, можно и простым желанием человека быть правым. Если благодаря идентификации у вас возникло убеждение в чем-либо, а после этого вы встретились с контраргументом, высказанным компетентным и внушающим вам доверие человеком, то, вполне вероятно, вы поменяете первоначальное убеждение. Поэтому интернализация – это самая устойчивая реакция на социальное влияние, ибо мотивация оказаться правым сама по себе является столь мощной и самоподкрепляющей силой, что она не зависит от необходимости осуществления постоянного надзора со стороны поощряющих или наказующих персон, в случае подчинения, или от уважения вами какого-либо другого человека или группы людей, в случае идентификации.

Важно отдавать себе отчет в том, что тот или иной конкретный поступок может совершаться благодаря действию различных процессов: или подчинения, или идентификации, или интернализации.

Давайте рассмотрим такую простую форму поведения, как послушание закону, запрещающему быструю езду. В любом государстве есть дорожная полиция, следящая за тем, чтобы граждане выполняли законы, связанные с поведением на дорогах. Мы прекрасно знаем, что водители придерживаются ограничения скорости, если они предупреждены о том, что данный отрезок шоссе находится под тщательным вниманием автоинспекторов. Это является подчинением – ярким примером того, как люди повинуются закону, чтобы избежать штрафа.

Предположим теперь, что мы убрали с шоссе полицейских. Как только водители обнаружат это, многие из них тут же нажмут на газ. Однако некоторые из них, несмотря ни на что, будут продолжать движение с прежней скоростью: человек демонстрирует послушание закону, потому что отец, или дядя Чарли никогда не превышал скорость или всегда подчеркивал важность соблюдения правил движения. Разумеется, это – идентификация. Наконец, водители могут вести себя конформно по отношению к требованию ограничения скорости потому, что они убеждены в его правильности, в том, что оно помогает предотвратить дорожные происшествия, а вождение автомобиля с умеренной скоростью представляет собой нормальный и разумный тип поведения. Это – интернализация.

В случае интернализации можно наблюдать большую гибкость в поведении. К примеру, при определенных условиях, скажем, ранним солнечным утром, когда видимость на дороге отличная и на мили вокруг не видно ни одной машины, водитель может превысить скорость. Однако индивид, который подчиняется, может испугаться скрытого радара, а индивид, ориентирующийся на определенную модель поведения, может идентифицировать себя с человеком, чрезвычайно строго следующим установленным нормам.

Таким образом, и в случае подчинения, и в случае идентификации водители проявляют меньшую гибкость в поведении.